

---

# **BACHELORARBEIT**

---

Herr  
**Julian Best**

**Die Entwicklung sportlich  
medialer Symbiose am  
Beispiel sportlicher  
Großveranstaltungen von 1936  
bis heute – zwei konvergente  
Branchen zwischen  
Popularität und  
Einschaltquoten in Bezug auf  
TV und Onlinemedien**

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Die Entwicklung sportlich medialer Symbiose am Beispiel sportlicher Großveranstaltungen von 1936 bis heute – zwei konvergente Branchen zwischen Popularität und Einschaltquoten in Bezug auf TV und Onlinemedien**

Autor:  
**Julian Best**

Studiengang:  
**Angewandte Medien**

Seminargruppe:  
**AM10wT1-B**

Erstprüfer:  
**Prof. Dr. Detlef Gwosc**

Zweitprüfer:  
**Prof. Thomas Pier**

Einreichung:  
Mittweida, 31.07.2013

# **BACHELOR THESIS**

---

## **The development of sports media symbiosis demonstrated by major athletic events from 1936 to date— two convergent branches between popularity and audience ratings in relation to TV and online media**

author:  
**Julian Best**

course of studies:  
**Applied Media Economics**

seminar group:  
**AM10wT1-B**

first examiner:  
**Prof. Dr. Detlef Gwosc**

second examiner:  
**Prof. Thomas Pier**

submission:  
Mittweida, 31<sup>st</sup> July 2013

---

## **Bibliografische Angaben**

Best, Julian:

Die Entwicklung sportlich medialer Symbiose am Beispiel sportlicher Großveranstaltungen von 1936 bis heute – zwei konvergente Branchen zwischen Popularität und Einschaltquoten in Bezug auf TV und Onlinemedien

The development of sports media symbiosis demonstrated by major athletic events from 1936 to date-two convergent branches between popularity and audience ratings in relation to TV and online media

80 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2013

Die Arbeit befasst sich mit der Entwicklung des Sport-Medien-Komplexes in Deutschland am Beispiel der Olympischen Spiele und der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ im Zeitraum von 1936 bis heute. Sie gibt einen Einblick in die Medien- und Sportgeschichte, beschreibt die umfassenden Veränderungen in den Bereichen Organisation und TV- sowie Onlineberichterstattung und die wachsenden Rollen der Gesellschaft und Politik. Hinzu kommen das veränderte Mediennutzungsverhalten, die positiven und negativen Auswirkungen des Komplexes sowie eine Expertenumfrage, die zusätzliche Stellungnahmen zur gesamten Entwicklung einholt.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>VII</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>X</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>XI</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Ausgangssituation .....	1
1.2 Zielsetzung.....	2
1.3 Vorgehensweise .....	3
<b>2 Mediengeschichte und Sportgeschichte .....</b>	<b>5</b>
2.1 Entwicklung der Medien von 1936 bis heute .....	5
2.2 Entwicklung des Sports von 1936 bis heute .....	12
2.3 Entwicklung einer gegenseitigen Abhängigkeit .....	16
<b>3 Zusammenspiel von Sport und Medien .....</b>	<b>19</b>
3.1 Die Olympischen Spiele.....	20
3.1.1 Entwicklung des organisatorischen Umfangs .....	20
3.1.2 Entwicklung der Berichterstattung.....	28
3.2 Die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ .....	37
3.2.1 Entwicklung des organisatorischen Umfangs .....	38
3.2.2 Entwicklung der Berichterstattung.....	49
<b>4 Rollenverteilung und Einflüsse .....</b>	<b>57</b>
4.1 Rolle der Gesellschaft und Mediennutzungsverhalten .....	57
4.2 Rolle der Politik.....	65
<b>5 Positive und negative Entwicklungsschritte .....</b>	<b>67</b>
5.1 Popularität.....	67
5.2 Kommerzialisierung .....	68
5.3 Doping.....	69
5.4 Korruption .....	71
5.5 Sonstiges .....	73
<b>6 Expertenumfrage.....</b>	<b>75</b>
<b>7 Fazit und Aussichten .....</b>	<b>79</b>
<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>XII</b>
<b>Anhang .....</b>	<b>XXVI</b>

---

Anhang A: Dokument Expertenumfrage .....	XXVI
Anhang B: Telefoninterview mit Manfred Breuckmann (11.07.2013) .....	XXIX
Anhang C: Schriftliche Umfrage mit Michael Groß (13.07.2013) .....	XXXIII
Anhang D: Schriftliche Umfrage mit Nadine Horchler (10.07.2013) .....	XXXIV
Anhang E: Schriftliche Umfrage mit Ulrike Nasse-Meyfarth (01.07.2013) .....	XXXVI
Anhang F: Schriftliche Umfrage mit Iris Niemeier (04.07.2013) .....	XXXVIII
Anhang G: Schriftliche Umfrage mit Dieter Kürten (05.07.2013) .....	XLI
Anhang H: Schriftliche Umfrage mit Hans-Joachim Watzke (03.07.2013) .....	XLII
<b>Eigenständigkeitserklärung .....</b>	<b>XLIV</b>

## Abkürzungsverzeichnis

3D .....	Dreidimensional
ABC .....	American Broadcasting Company
ADK .....	Anti-Doping-Kommission
AG .....	Aktiengesellschaft
AGF .....	Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung
ARD .....	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
BITKOM .....	Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und Neue Medien e.V.
BMX .....	Bicycle Motocross
BR .....	Bayerischer Rundfunk
BVB .....	Ballspielverein Borussia
CERN .....	Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire (Europäische Organisation für Kernforschung)
DDR .....	Deutsche Demokratische Republik
DFB .....	Deutscher Fußball-Bund
DLF .....	Deutschlandfunk
DM .....	Deutsche Mark
DOSB .....	Deutscher Olympischer Sportbund
DSB .....	Deutscher Sportbund
DVB .....	Digital Video Broadcasting
DVB-C .....	Digital Video Broadcasting-Cable
DVB-S .....	Digital Video Broadcasting-Satellite
DVB-T .....	Digital Video Broadcasting-Terrestrial
DW .....	Deutsche Welle
EA .....	Electronic Arts
EBU .....	European Broadcasting Union
EM .....	Europameisterschaft

---

ESKOM .....	Electricity Supply Commission (ESCOM)
FIFA .....	Fédération Internationale de Football Association (Internationale Föderation des Verbandsfußballs)
FIS .....	Fédération Internationale de Ski (Internationaler Ski-Verband)
FSV .....	Fußballsportverein
GfK .....	Gesellschaft für Konsumforschung
HR .....	Hessischer Rundfunk
IBC .....	International Broadcast Center
IOC .....	International Olympic Committee
IPTV .....	Internet Protocol Television
K.O. ....	Knockout
L.A. ....	Los Angeles
MAZ .....	Magnetische Aufzeichnung
MTV .....	Music Television
NADA .....	Nationale Anti-Doping-Agentur Deutschland
NBA .....	National Basketball Association
NBC .....	National Broadcasting Company
NDR .....	Norddeutscher Rundfunk
NOK .....	Nationales Olympisches Komitee
NRW .....	Nordrhein-Westfalen
NS .....	Nationalsozialismus
NWDR .....	Nordwestdeutscher Rundfunk
OS .....	Olympische Spiele
PC .....	Personal Computer
PKS .....	Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenrundfunk
PR .....	Public Relations
RTL .....	Radio Télévision Luxembourg
TM .....	Trademark



TV .....	Television
URL .....	Uniform Resource Locator
US(A) .....	United States (of America)
VIP .....	Very Important Person
WADA .....	World Anti-Doping Agency
WLAN .....	Wireless Local Area Network
WM .....	Weltmeisterschaft
WWW .....	World Wide Web
ZDF .....	Zweites Deutsches Fernsehen

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Mediennutzung 1964 an einem durchschnittlichen Werktag (Mo-Sa) .....	10
Abbildung 2: Mediennutzung 1964 an einem durchschnittlichen Werktag (Mo-Sa) .....	10
Abbildung 3: Linford Christie .....	25
Abbildung 4: Weltrekorde beim 100-m-Lauf der Herren von 1968-2009 .....	27
Abbildung 5: TV-Einnahmen des IOC bei Olympischen Sommer- und Winterspielen .....	29
Abbildung 6: Anzahl an Medienvertretern bei den Olymp. Spielen von 1980-2012 .....	30
Abbildung 7: Anzahl der Teilnehmerländer der Fußball-WM (1930-2014) .....	40
Abbildung 8: Herkunft der vertretenen Nationen bei der Fußball-WM 1958.....	40
Abbildung 9: Herkunft der vertretenen Nationen bei der Fußball-WM 1982.....	41
Abbildung 10: Herkunft der vertretenen Nationen bei der Fußball-WM 2010.....	41
Abbildung 11: Anzahl der Bewerbungen um die Teilnahme an der Fußball-WM (1930-2014) ..	44
Abbildung 12: Anz. der Stadien bei den Fußballweltmeisterschaften 1930-2014 .....	44
Abbildung 13: Anz. der Stadionzuschauer bei den Fußballweltmeisterschaften 1930-2010.....	45
Abbildung 14: Public Viewing 1954.....	47
Abbildung 15: Public Viewing 1974.....	47
Abbildung 16: Public Viewing 2006.....	48
Abbildung 17: Orte der Außer-Haus-Nutzung im Verlauf versch. Fußballturniere .....	51
Abbildung 18: Kosten für WM-Übertragungsrechte 1982-2006.....	53
Abbildung 19: Zuschauerstruktur Gesamtprogramm vs. Sportangebot.....	61
Abbildung 20: Nutzung von Fernsehsendungen im Internet 2011.....	63
Abbildung 21: Nur TV überzeugt Jung und Alt.....	64
Abbildung 22: Zwei ehrliche Ehrenmedaillen.....	71
Abbildung 23: Wie Blatter entscheidet .....	72
Abbildung 24: Manfred Breuckmann.....	XXIX
Abbildung 25: Dr. Michael Groß.....	XXXIII
Abbildung 26: Nadine Horchler .....	XXXIV
Abbildung 27: Ulrike Nasse-Meyfarth.....	XXXVI
Abbildung 28: Iris Niemeier .....	XXXVIII
Abbildung 29: Dieter Kürten .....	XLI
Abbildung 30: Hans-Joachim Watzke .....	XLII

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Eine Statistik der Olympischen Sommerspiele der Neuzeit.....	21
Tabelle 2: Entwicklung der Berichterstattung bei ARD und ZDF 1953 bis 1975 .....	30
Tabelle 3: Olympic Games: Countries Broadcasting .....	32
Tabelle 4: Olympic Winter Games: Countries Broadcasting.....	32
Tabelle 5: Herkunft Nationen WM 1930-2010.....	39
Tabelle 6: WM 1954 bis 2006: Anzahl Spiele/Livespiele im Fernsehen .....	52
Tabelle 7: Die 25 meist gesehenen Fernsehsendungen 1992 bis 2006.....	52
Tabelle 8: Reichweiten und Marktanteile aller Fußball-WM-Übertragungen seit 1994 .....	54
Tabelle 9: Interesse an ausgewählten Sportarten .....	58
Tabelle 10: Interesse an ausgewählten Programmsparten .....	59
Tabelle 11: Programmangebot nach Programmsparten in ausgewählten TV-Sendern 2011 ....	60
Tabelle 12: Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland 1997 bis 2012 .....	61
Tabelle 13: Internetnutzer in Deutschland 1997 bis 2012.....	62
Tabelle 14: Abruf von Videodateien im Internet 2006 bis 2012 .....	63
Tabelle 15: Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer der Medien 2012.....	64

# 1 Einleitung

Das erste Kapitel dient als Einstieg in die Thematik und beinhaltet eine Stellungnahme zur Ausgangssituation des Themas, eine Beschreibung dessen sowie die Vorgehensweisen, Methoden und Ziele der Arbeit.

## 1.1 Ausgangssituation

Wir betrachten eine Zeitspanne von 76 Jahren. Innerhalb dieses Zeitraumes wandeln Zahlenwerte von 138, 1.800 oder 160.000<sup>1</sup> zu einem Vielfachen des Ausgangswertes. Entsprechend 76 Jahre später liegen dieselben Werte bei 1.160<sup>2</sup>, 20.000<sup>3</sup> und 4,8 Milliarden<sup>4</sup>. Schon ohne die Bedeutung dieser Zahlen zu kennen, lässt sich eines eindeutig feststellen: Sie alle verzeichnen einen enormen Anstieg.

In der folgenden Arbeit soll anhand sportlicher Großereignisse wie der Olympischen Spiele und der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ die Entwicklung der Sport-Medien-Beziehung in Deutschland im Zeitraum von 1936 – die Olympischen Spiele in Berlin galten weltweit als das erste sportliche Großevent, das im Fernsehen übertragen wurde<sup>5</sup> – bis heute untersucht und analysiert werden. Zur Veranschaulichung werden hierbei Beispiele aus Vergangenheit und Gegenwart aufgegriffen. Es soll verdeutlicht werden, inwieweit die Medien früher Einfluss auf den Sport hatten, wie sehr die zwei Branchen heute voneinander profitieren und wie diese gemeinsam wirken. Der Fokus dieser Untersuchung soll dabei auf TV und den Onlinemedien liegen. Wie sehr wandelt das Interesse der Gesellschaft zu den Onlinemedien? Und wie sehr leidet das Fernsehen darunter?

Sport und Medien pushen sich gegenseitig in die Köpfe der Gesellschaft. Gemessen wird dies an den Zuschauerquoten der einzelnen Sender sowie an statistischen Analysewerten zu Seitenaufrufen und Verweildauern auf Websites. Aufgrund des zweifellos vorhandenen Interesses am Sport in Deutschland werden bei TV-Übertragungen in der Regel zufriedenstellende Werte erreicht. Vor allem aber zu Zeiten sportlicher Großveranstaltungen nehmen diese Werte noch einmal deutlich zu. Die in regelmäßigen Abständen stattfindenden Großevents locken die Zuschauer nicht nur in die Stadien, sondern vor allem vor die Bildschirme. Das Interesse am Sport hat in den letzten Jahrzehnten einen unfassbaren Wandel vollzogen – mit verantwortlich dafür: die Medien. Und wie es bei symbiotischen Verhältnissen der Fall ist, profitieren beide Seiten

---

<sup>1</sup> vgl. Fuhrer, 2011: S. 133-137

<sup>2</sup> vgl. WAZ, 2012

<sup>3</sup> vgl. RP Online, 2012

<sup>4</sup> vgl. Statista, 2013

<sup>5</sup> vgl. Fuhrer, 2011: S. 137

davon. Die einen gewinnen an Popularität und Interesse in der Gesellschaft, die anderen schreiben positive Zahlen in Form von teilweise herausragenden Einschaltquoten.

Dies führt uns noch einmal zu den Anfangswerten. Sie beziehen sich auf die Olympischen Spiele 1936 in Berlin und 2012 in London: Bei den Zahlen 138 (Berlin 1936) und 1.160 (London 2012) handelt es sich um die Sendezeit der TV-Übertragung in Stunden bzw. 2012 zusätzlich in den Onlinemediatheken. 1936 zählt man 1.800 akkreditierte Medienvertreter, 2012 sind es 20.000. 160.000 Zuschauer verfolgen die Wettkämpfe 1936 am Fernseh Bildschirm und in sogenannten Fernsehstuben, 2012 sind es insgesamt rund 4,8 Milliarden Menschen. Alleine die Eröffnungsfeier erleben weltweit bis zu vier Milliarden Zuschauer live am TV-Bildschirm.<sup>6</sup>

## 1.2 Zielsetzung

Was früher nur Konvergenz gewesen ist – zwei Branchen mit übereinstimmenden Zielen nähern sich einander an – ist heute Symbiose – das Zusammenleben zu gegenseitigem Nutzen. Wie sehr sport- und medienabhängig ist die Gesellschaft früher gewesen? Wie haben sich die Medien und der Sport früher zueinander verhalten? Wie sehr haben sich diese damals schon beeinflusst? Wie haben sich Sport und Medien in der Nachkriegszeit entwickelt? Und wie dementsprechend das Medien- und Sportinteresse in der Gesellschaft? Wie groß ist der Einfluss der Gesellschaft auf die beiden Branchen? Inwieweit profitieren Medien und der Sport heute voneinander? Wie sehr lassen sich sportliche Großveranstaltungen früher mit den heutigen noch vergleichen? Was haben Sponsoring, Kommerzialisierung und der Mediendruck aus dem Sport gemacht? Sind die alljährlichen Großevents überhaupt noch Sportveranstaltungen oder handelt es sich um Medienevents? Und wie sieht die Zukunft aus: Was ist medial, sportlich und technisch noch möglich?

All diese Fragen dienen als Grundlage zur Behandlung dieser Arbeit. Ziel ist es, einen Rundumblick der Sport-Medien-Entwicklung in Deutschland zwischen 1936 und heute am Beispiel sportlicher Großereignisse zu geben sowie die damit einhergehenden symbiotischen Verhältnisse detailliert aufzuzeigen. Die Arbeit spricht inhaltlich jeden an, der auch nur im weitesten Sinne – möglicherweise sogar beruflich – etwas mit einer der beiden Branchen zu tun hat oder Interesse dafür hegt. Sie widmet sich einem breit gefächerten Publikum und bedient sich an bestehender Fachliteratur verschiedener Epochen und Themenbereiche. Jüngeren Generationen wird aufgezeigt, wie die medialen Umstände früher ausgesehen und wie sich diese gewandelt haben. Für einige kaum zu glauben, aber eine solch umfangreiche mediale Berichterstattung ist zu früheren Zeiten die Ausnahme gewesen. Die älteren Generationen werden an die früheren Zeiten und Umstände erinnert und feststellen, in welchem „Luxus“ die heutige Jugend aufwachsen darf.

---

<sup>6</sup> vgl. SPIEGEL Online, 2012a

Letztlich wird anhand der aufgeworfenen Fragen ein Fazit gezogen und bewertet, inwieweit sich die Entwicklungen als positiv oder negativ einstufen lassen. Denn die Jahre haben nicht nur gesellschaftliches Ansehen, Popularität und Einschaltquoten mit sich gebracht, sondern ebenso die wachsende Diskussion der Kommerzialisierung und politischer Instrumentalisierung, Dopingaffären und den für Hochleistungssportler tagtäglich wiederkehrenden Mediendruck.

## 1.3 Vorgehensweise

Inhaltlich wird zu Beginn der Arbeit mit Auszügen aus der Medien- und Sportgeschichte seit 1936 in die Thematik eingeleitet. Wie haben sich die medialen und sportlichen Verhältnisse seitdem verändert? Welchen Einfluss hatte der Zweite Weltkrieg und wie waren die Umstände zur Nachkriegszeit? Wann hat sich erstmals der Trend zu den Onlinemedien ablesen lassen? Und weshalb ist Fußball so populär geworden?

Im Anschluss daran wird das konvergente bzw. symbiotische Verhältnis von Sport und Medien genauer untersucht und deren gemeinsame Entwicklung auf Grundlage der Olympischen Spiele und der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ analysiert. In diesem Zusammenhang sind die sich im Laufe der Jahre verändernde Rolle der Gesellschaft sowie das damit verknüpfte Mediennutzungsverhalten von großer Bedeutung. Ebenso werden, wie bereits erwähnt, die positiven und negativen Entwicklungsschritte aufgelistet und in kurzer Form untersucht.

Als Forschungsmethode wird eine Expertenumfrage Teil der Arbeit sein, in der sich renommierte Experten aus der Sport- und Medienwelt, darunter die ehemalige deutsche Hochspringerin Ulrike Nasse-Meyfarth sowie Sportreporter und Moderator Dieter Kürten, u.a. dazu äußern, inwieweit sich die Sportberichterstattung seit den Olympischen Spielen in Berlin 1936 verändert hat, wie sehr die Gesellschaft im Rahmen dessen eine Rolle spielt, welche Entwicklungen sich aus der Zeit heraus ergeben haben und wie die Berichterstattung der Zukunft aussehen wird. Die Experten werden vor dem Hintergrund hinzugezogen, um persönliche Einschätzungen zur Entwicklung der Sport-Medien-Verknüpfung anhand eigener Erfahrungswerte einzuholen. Diese haben Teile der Entwicklung selbst miterlebt und können daher einen tieferen und individuellen Einblick in die Geschehnisse geben. Ebenso erwähnenswert im Rahmen der Vorgehensweise sind die zum Erfassen der Umstände fundamentalen statistischen Analysewerte u.a. zum Mediennutzungsverhalten und den Einschaltquoten.



## 2 Mediengeschichte und Sportgeschichte

Dieses Kapitel dient der Vermittlung geschichtlichen Basiswissens. Hierbei wird auf die deutsche Medien- und Sportgeschichte sowie deren Entwicklung von 1936 bis heute eingegangen – für einen umfassenden und plausiblen Einblick ist es jedoch ebenso von Nöten, auch frühere zeitliche Epochen mit einzubeziehen. Unterteilt in drei Abschnitte werden die geschichtliche Entwicklung der Medien (TV und Online) und des Sports vorerst getrennt voneinander betrachtet, der dritte Abschnitt beschäftigt sich mit der Entstehung einer gegenseitigen Abhängigkeit der zwei Bereiche.

### 2.1 Entwicklung der Medien von 1936 bis heute

Bereits im Jahr 1919 gelingt es Dénes von Mihály (1894-1953) erstmals, Bilder auf elektronischem Weg über eine Strecke von mehreren Kilometern zu übertragen und diese sofort sichtbar zu machen. Auf dieser Grundlage wird die Technik in Europa und den USA weiter vorangetrieben, was 1934 zum ersten deutschen Fernsehsender führt. Die seit 1935 im regelmäßigen Programmbetrieb ausgestrahlten Versuchsprogramme bestehen zunächst aus Spielfilmen und Wochenschauen, erste Live-Bilder im deutschen Fernsehen werden 1936 im Rahmen der Olympischen Spiele in Berlin gesendet.<sup>7</sup> Anfangs existieren nur sehr wenige Sender und die Bildqualität ist zunächst nicht mit Kino vergleichbar. Dennoch entwickelt sich das Medium Fernsehen vor allem zu Beginn der 1950/60er Jahre zum Konkurrenzmedium, verdrängt das Radio zum Begleitmedium und tritt an die Stelle des Kinos. Die Familien versammeln sich zu gemeinsamen Fernsehabenden oder treffen sich in sogenannten Fernsehstuben, um Spielfilme, Unterhaltungssendungen oder Live-Übertragungen aus dem Sport zu verfolgen.<sup>8</sup>

Zu Zeiten des Nationalsozialismus gilt Fernsehen hingegen keinesfalls als Massenmedium – anders als in den USA Ende der 1930er Jahre. Im Sommer 1939 zeigt die Berliner Funkausstellung täglich ein zehnstündiges Programm. Das NS-Regime wittert ungeahnte Möglichkeiten der Verbreitung der eigenen Ideologie und somit totaler Manipulation des Volkes. Doch der auf der Funkausstellung vorgestellte Volksempfänger ist einerseits nicht für jedermann finanziell zu stemmen, andererseits muss die Massenproduktion mit Beginn des Krieges nahezu eingestellt werden, sodass vorerst nur wenige Geräte auf den Markt gelangen. Der regelmäßige Programmbetrieb wird zwar fortgeführt, 1942 werden die öffentlichen Fernsehstuben jedoch alleamt geschlossen, sodass nur noch wenige Menschen Einblick in das Tagesprogramm haben, darunter Soldaten im Lazarett und einige wenige Privatbesitzer.<sup>9</sup>

---

<sup>7</sup> vgl. Böhn; Seidler, 2008: S. 128

<sup>8</sup> vgl. ebd.: S. 124-129

<sup>9</sup> vgl. Reinle, 2005



Mit Ende des Krieges liegt der gesamte bisher bestehende Rundfunk in Schutt und Asche. Mit Hilfe der Parolen Entnazifizierung, Entmilitarisierung, Demokratisierung und Dezentralisierung politischer Strukturen sorgen die westlichen Alliierten für einen Neuaufbau des deutschen Rundfunks.<sup>10</sup> Mit Gründung der Bundesrepublik Deutschland 1949 existieren sechs öffentlich-rechtliche, sich selbst verwaltende Rundfunkanstalten. Diese umfassen jedoch vorerst nur den Hörfunk – darunter u.a. der Nordwestdeutsche Rundfunk (NWDR), der Hessische Rundfunk (HR) und der Bayerische Rundfunk (BR) – decken damit aber zunehmend das gesamte Bundesgebiet ab. Nachdem die Bundesregierung unter Kanzler Konrad Adenauer die Rundfunkorganisation mehrfach kritisiert und Änderungen angekündigt hat, reagieren die mit dem Recht der Selbstverwaltung ausgestatteten Rundfunkanstalten mit der Gründung der ARD und unterzeichnen am 06. Juni 1950 die Satzung der neugegründeten Arbeitsgemeinschaft.<sup>11</sup> Hiernach seien fortan die „Wahrnehmung [...] gemeinsamer Interessen der Rundfunkanstalten“ und die „Bearbeitung gemeinsamer Fragen des Programms sowie [...] rechtlicher, technischer und betriebswirtschaftlicher Art“ zu beachten.<sup>12</sup> Adenauers Versuche einer Änderung der Rundfunkordnung bleiben zunächst erfolglos. Am 25. Dezember 1952 startet der NWDR in Hamburg mit einem zweistündigen abendlichen Fernsehprogramm.<sup>13</sup> Erste große Ereignisse im deutschen Fernsehen, die zur Popularisierung des Mediums beitragen, sind die Krönung der englischen Königin Elisabeth II. 1953 und die Fußballweltmeisterschaft 1954. Mit Erfindung der Magnetaufzeichnungstechnik (MAZ) erfährt die Fernsehgeschichte einen weiteren Fortschritt. Seit den 1950er Jahren ist es möglich, Sendungen aufzuzeichnen, zu archivieren, zu bearbeiten und somit Wiederholungssendungen auszustrahlen. Die Etablierung dieses technischen Fortschritts hat einen bedeutenden Wandel des Fernsehprogramms zur Folge.<sup>14</sup>

Der Bund-Länder-Streit um die Rundfunkordnung nimmt Mitte der 1950er mit der Gründung neuer Rundfunkanstalten erneut Fahrt auf. Erstmals erhalten die Länder mit der Errichtung des Westdeutschen Rundfunks (WDR) 1954 Einfluss auf das öffentlich-rechtliche Rundfunkwesen. Die Bundesregierung hingegen bleibt weiterhin erfolglos und fordert ein zweites Fernsehprogramm in Gegenüberstellung zu den bestehenden Rundfunkanstalten, stößt damit jedoch auf den Widerstand des Bundesrates. Nichtsdestotrotz bringt die Bundesregierung den eigenen Entwurf für ein Bundesrundfunkgesetz in den Bundestag ein und erhält die Zustimmung zur Deutschen Welle (DW) und dem Deutschlandfunk (DLF), nicht aber zum Deutschland-Fernsehen. Somit entsteht am 17. Dezember 1960 erstmals Hörfunk auf Bundesebene, der aufgrund der zum Landesrundfunk vergleichbaren Aufgaben und Richtlinien – u.a. die der unabhängigen Meinungsbildung – bereits zwei Jahre später in die ARD aufgenommen wird.<sup>15</sup>

---

<sup>10</sup> vgl. Kutsch, 1999: S. 59

<sup>11</sup> vgl. Diller, 1999: S. 146-149

<sup>12</sup> ARD, 2006: S. 371

<sup>13</sup> vgl. Diller, 1999: S. 149 f.

<sup>14</sup> vgl. Böhn; Seidler, 2008: S. 129

<sup>15</sup> vgl. Diller, 1999: S. 150-153

Am 06. Juni 1961 unterzeichnen die Ministerpräsidenten der deutschen Bundesländer den „Staatsvertrag über die Errichtung der Anstalt des öffentlichen Rechts ‘Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)’“. <sup>16</sup> An der Spitze steht, ebenso wie bei den Landes- und Bundesrundfunkanstalten, der Intendant, der von den Gremien „Fernsehrat“ und „Verwaltungsrat“ kontrolliert wird. Die Finanzierung erfolgt durch einen Anteil an der Fernsehgebühr, die seit 1952 existiert, sowie durch Werbeeinnahmen (bestehend seit 1956). Der Sendestart des ZDF wird auf den 01. April 1963 datiert, der Sender gilt zunächst als abgeschwächte Konkurrenz zur ARD. <sup>17</sup>

Oftmals wird das frühe Fernsehen seinerzeit als kannibalistisch angesehen, da es sich lediglich an Eigenschaften anderer Medien bediene, diese miteinander kombiniere und daraus etwas „Neues“ entstehe. Bild und Ton existieren bereits beim Film, die Nachrichten gibt es aus der Wochenschau, das Radio bietet die notwendigen technischen Voraussetzungen. Das Fernsehen gilt daher anfangs nur als Nachahmer des Radios, da es bis hin zur Platzierung im häuslichen Wohnzimmer und Ankündigung des Programms in dafür vorgesehenen Zeitschriften mit diesem übereinstimmt. <sup>18</sup>

Einen weiteren Aufschwung bringt das im Jahr 1967 eingeführte Farbfernsehen. Dies führt mit dazu, dass die Verkaufszahl an TV-Geräten deutlich ansteigt. Besitzen 1964 nur rund 55 % der deutschen Haushalte einen Fernseher, steigt der Wert bis zum Jahr 1970 auf 85 %, 1995 liegt der Wert sogar bei 98 %. Fernsehen nimmt einen festen Teil im Tagesablauf der Deutschen ein und wird somit endgültig zum Leitmedium in der Gesellschaft. Bedeutende Veränderungen der gesamten Rundfunklandschaft in Deutschland bringt die Einführung privater Fernsehsender im Jahr 1984 mit sich. Sat.1 (ehemals PKS) und RTL (ehemals RTL plus) starten ihren Sendebetrieb im Januar 1984. Mit einher gehen bedeutende Veränderungen der Organisation des Rundfunks sowie der Gestaltung des Fernsehprogramms. Verflachung der Programminhalte, verstärkte Orientierung an den Einschaltquoten und Vernachlässigung journalistischer Qualität haben Einfluss auf den gesamten deutschen Rundfunk. <sup>19</sup> Nach und nach folgen Sender wie Pro 7, VOX, n-tv oder DSF, 1992 vereinnahmen RTL, SAT.1 und Pro 7 zusammen 95,1 % der Werbemarktanteile und 92,4 % des Zuschauermarktes. Die Finanzierung des kommerziellen, privaten Rundfunks erfolgt durch das Senden von Werbeblöcken. <sup>20</sup> Apropos Einschaltquoten: Seit 1985 erhebt die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) die Zahlen der kontinuierlichen quantitativen Fernsehzuschauerforschung für ARD und ZDF, seit 1988 für die Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF<sup>21</sup>). <sup>22</sup> Zuvor sind Zuschauerforschungen bereits anhand von häuslichen Befragungen durchgeführt worden, 1963 wird das Institut *Infratam* mit der Durchführung der Forschungen beauftragt. Seit 1975 wird erstmals die personenbezogene Messung ermöglicht,

---

<sup>16</sup> Diller, 1999: S. 155

<sup>17</sup> vgl. ebd.: S. 155-158

<sup>18</sup> vgl. Bösch, 2011: S. 212

<sup>19</sup> vgl. Böhn; Seidler, 2008: S. 129-131

<sup>20</sup> vgl. Steinmetz, 1999: S. 183

<sup>21</sup> Die AGF ist ein Zusammenschluss der Sender ARD, ZDF, ProSiebenSat.1 Media AG und der Mediengruppe RTL Deutschland.

<sup>22</sup> vgl. Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), 2009

indem sich die Haushaltsmitglieder über eine Fernbedienung per Knopfdruck am Empfangsgerät an- und abmelden. Zuvor haben sich die Messungen lediglich nach den eingeschalteten Geräten in den Haushalten gerichtet. Darüber hinaus lassen sich durch Erweiterung der Anzahl an Panelhaushalten<sup>23</sup> mit der Zeit zuverlässigere Forschungen anstellen. 1963 liegt die Zahl der Haushalte bei 625, mit der GfK 1985 werden es 2.688, heute liegt die Zahl bei rund 5.000 Haushalten.<sup>24</sup>

Zurück zum öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk: Jegliche bundeseinheitlichen Regelungen zum Rundfunkrecht und dualen Rundfunksystem beinhaltet der im Jahr 1991 erstmals eingeführte Rundfunkstaatsvertrag. Hiernach ist der öffentlich-rechtliche sowie der private Rundfunk „der freien individuellen und öffentlichen Meinungsbildung sowie der Meinungsvielfalt verpflichtet.“<sup>25</sup> Ebenso bindet der Staatsvertrag den öffentlich-rechtlichen Rundfunk an den sogenannten Grundversorgungsauftrag, indem er der „Bildung, Information, Beratung und Unterhaltung“ gerecht werden muss und „die Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Meinungsvielfalt sowie die Ausgewogenheit ihrer Angebote“ im Rahmen des eigenen Programmvorhabens zu berücksichtigen hat.<sup>26</sup> Der kommerzielle Rundfunk hingegen unterliegt keinem gesetzlichen Programmauftrag, doch enthält der Staatsvertrag ebenfalls Regelungen für die Privaten, beispielsweise zur Schaltung von Werbung im Rahmen des Sendeprogramms.

Inhaltlich zeichnen sich die Jahrzehnte durch ein sich veränderndes und weiterentwickelndes Programmangebot aus. Die 1960er Jahre stehen für die verfilmte Literatur, die 70er Jahre für Filme (für Kino und Fernsehen). In den 80er Jahren lässt sich ein Trend zur Serialisierung und Internationalisierung erkennen. Während die *Tagesschau* in der Sparte der Informations- und Dokumentarsendungen seit Beginn der TV-Ausstrahlung 1952 als kontinuierliches Programmelement gilt, folgt *ZDF-heute* mit Sendebeginn des Zweiten Deutschen Fernsehens im Jahr 1963. Etwas später zählen auch Wirtschafts-, Reise-, Boulevard- und Sportmagazine (*ARD-Sportschau* 1960; *Aktuelles Sportstudio* 1963 für ZDF) zum Programmumfang der Öffentlich-Rechtlichen. Doch auch die kommerziellen Fernsehsender nehmen sich in den 90ern u.a. mit *Spiegel-TV* oder *Stern-TV* der Magazinform an. Bereits Ende der 60er/Anfang der 70er Jahre starten deutsche Krimiserien wie *Der Kommissar* (1969) oder *Tatort* (1970). In den 80ern verzeichnet man u.a. mit *Dallas* (1981) oder *Denver Clan* (1983) einen Anstieg US-amerikanischer Serien im deutschen Fernsehen. Im Bereich Unterhaltung folgen Serien mit alltagsnahen Themen wie *Die Schwarzwaldklinik* (1984), die *Lindenstraße* (1985) oder *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* (1992). Ebenso wird das Programmangebot um Quiz-, Talk- und Gameshow-Formate, darunter *Dalli Dalli* (1971), *Wetten, dass..?* (1981), das *Glücksrad* (1988) oder *Wer wird Millionär?* (1999), erweitert. In den 90ern ziehen die Spartenkanäle für Kinder und Jugendliche nach.

---

<sup>23</sup> Ein Panelhaushalt ist ein nach Prinzip ausgewählter Haushalt, der mit einer sogenannten „Quotenbox“, offiziell GfK-Meter, ausgestattet ist.

<sup>24</sup> vgl. Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF), 2009

<sup>25</sup> Media Perspektiven, 2012: S. 5

<sup>26</sup> ebd.: S. 11

Es entstehen u.a. *Nickelodeon* (1995), der *Kinderkanal* von ARD und ZDF (1997) sowie die Musiksender *MTV Europe* (1987) und *VIVA* (1993).<sup>27</sup>

Betrachtet man den aktuellen TV-Markt, wird man regelmäßig überschüttet mit Neuerungen und technischen Revolutionen. Verbesserung der Bildqualität, Erweiterung der Bilddiagonalen, Internetfähigkeit, 3D-Wiedergabe, Sprachsteuerung oder Aufnahmefunktion: Nahezu täglich überbietet ein Hersteller den anderen und setzt somit neue Maßstäbe. Eine „aktuelle“ Entwicklung, die jedoch alle betrifft: Im April 2012 wird die Ausstrahlung des analogen Rundfunks endgültig abgeschafft. Seitdem ist es in Deutschland nur noch möglich, Fernsehen und Hörfunk digital über das sogenannte Digital Video Broadcasting (DVB) zu empfangen. Man unterscheidet hierbei u.a. zwischen terrestrisch (DVB-T), Kabel (DVB-C) und Satellit (DVB-S). Die digitale Technik bietet dem Nutzer im Vergleich zum herkömmlichen analogen Empfang verbesserte Ton- und Bildqualität sowie eine erweiterte Programmvierfalt.

Abschließend sollen die folgenden Schaubilder noch einmal verdeutlichen, inwieweit das Medium Fernsehen in der Gesellschaft für Veränderungen in vielerlei Hinsicht – v.a. aber in Bezug auf die veränderte Mediennutzung der Deutschen – sorgt und sich zum Leitmedium entwickelt. Abbildung 1 zeigt die Mediennutzung an einem durchschnittlichen Werktag im Jahr 1964 von Personen in Haushalten *ohne* Fernsehgerät. Die gepunktete Linie (Radio) liegt eindeutig an der Spitze, ihren Höhepunkt erreicht die Kurve gegen 20.00 Uhr mit einer durchschnittlichen Nutzung von rund 30 %. Zeitung lesen zu dieser Tageszeit rund 10 %, Fernsehen liegt nur bei rund 5 %. Jedoch haben alle drei Kurven ihren Höhepunkt bei 20.00 Uhr. Abbildung 2 veranschaulicht das identische Szenario, jedoch in Haushalten *mit* Fernsehgerät. Hier liegt das Medium Fernsehen deutlich an erster Stelle. Über 60 % aller berücksichtigten Personen verbringen den Abend (v.a. zwischen 20.00 Uhr und 21.00 Uhr) vor dem Fernseher. Radio und Zeitung liegen zu dieser Tageszeit jeweils unter 5 %. Die Nutzung dieser Medien verliert nicht komplett an Bedeutung, verschiebt sich jedoch auf eine andere Tageszeit. In Haushalten mit Fernsehgerät wird hauptsächlich morgens zwischen 7.00 Uhr und 8.00 Uhr Radio gehört (20 %) und Zeitung gelesen (ca. 7 %). 1964 lässt sich laut Wilke das Interesse der Deutschen am Fernsehen noch bei 47 % einstufen. Nur 6 Jahre später liegt dieser Wert bereits bei 72 % – Tendenz steigend. 1995 werden 81 % der deutschen Bevölkerung durch das Medium Fernsehen erreicht.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup> vgl. Ludes, 1999: S. 260-270

<sup>28</sup> vgl. Wilke, 1999: S. 435

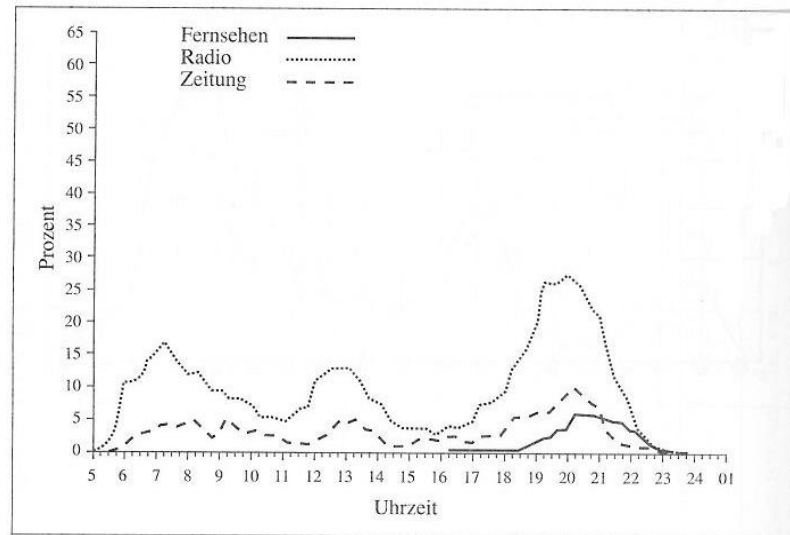


Abbildung 1: Mediennutzung 1964 an einem durchschnittlichen Werktag (Mo-Sa)

(Personen ohne Fernsehgerät im Haushalt – alte Bundesländer – Quelle: Wilke, Jürgen (Hg.). *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag, S. 794)

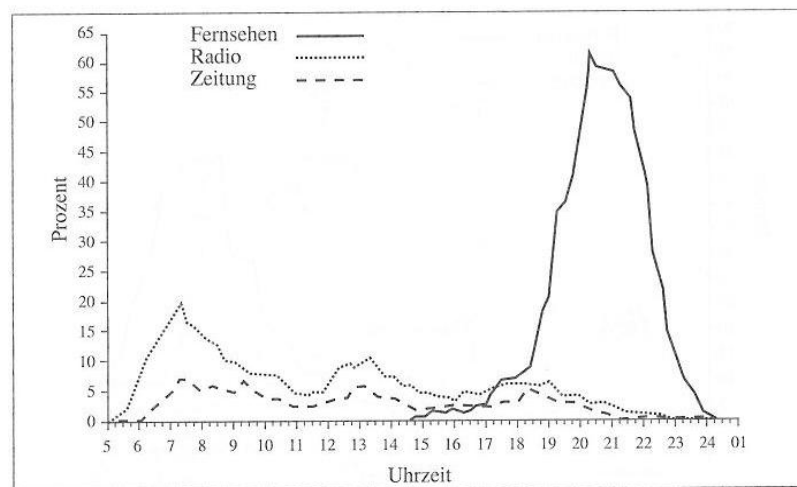


Abbildung 2: Mediennutzung 1964 an einem durchschnittlichen Werktag (Mo-Sa)

(Personen mit Fernsehgerät im Haushalt – alte Bundesländer – Quelle: Wilke, Jürgen (Hg.). *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag, S. 795)

Die Grundlage für die Entwicklung der Onlinemedien sind zuallererst der Computer und das Internet. Die Anfänge des Computers sind auf das Jahr 1822 zurückzuführen. Der Engländer Charles Babbage programmiert eine Rechenmaschine, die mit dem binären Code, also der Unterscheidung zweier Eigenschaften, arbeitet. Diese Technik wird Ende des 19. Jahrhunderts von Herman Hollerith perfektioniert. Für ursprünglich militärische Zwecke entwickelt Konrad Zuse 1936/37 den ersten programmgesteuerten Rechenautomaten Z1. 1945 entsteht an der University of Pennsylvania der erste vollelektronische, mit Röhrentechnik ausgestattete Rechner *ENIAC*. Ende der 1950er Jahre nimmt die durch integrierte Schaltkreise ermöglichte Leistungssteigerung Fahrt auf und ermöglicht die Fortschritte der Miniaturisierung und somit auch die Entstehung des ersten Personal Computers (PC) im Jahr 1980. Anfangs noch rein textbasiert, entstehen schnell die bildbasierten Displays und grafischen Benutzeroberflächen durch *Microsoft*. Das Internet, wie wir es heute kennen, besteht seit etwa 1990. In diesem Jahr entwickelt die Europäische Organisation für Kernforschung in Genf (*CERN*) das *World Wide Web* (WWW). Es entstehen erste Homepages zur Selbstdarstellung öffentlicher Institutionen und Unternehmen, die E-Mail etabliert sich als neuer Weg der Kommunikation, es folgen Diskussionsforen, Chatrooms, Computerspiele, soziale Medien und das sogenannte Web 2.0. Letzteres versteht sich allerdings nicht als neue technologische Erfindung, vielmehr beschreibt es das sich verändernde Mediennutzungsverhalten und die daraus resultierenden Gewohnheiten. Das Internet wandelt mit der Entstehung von Netzwerken wie MySpace, Facebook oder YouTube von einer lediglichen Ansammlung von Angeboten zu einer interaktiven Plattform. Die Beschaffung von Nachrichten oder Informationen, chatten mit Freunden, der Austausch medialer Inhalte, das Abrufen und Versenden von E-Mails, Shoppen im Internet, Fernsehen oder Onlinebanking – all das zählt heute zum digitalen Alltag der – vor allem jungen – Gesellschaft. Das World Wide Web macht es möglich, das permanent aktualisierte Angebot ortsunabhängig und selbständig zu wählen sowie darüber hinaus den Zeitpunkt der Rezeption frei zu bestimmen. Die Ortsunabhängigkeit wird vor allem durch die Entwicklung von Laptops, Smartphones und Tablet-PCs, die mittels WLAN oder mobilem Breitband eine Verbindung zum Internet herstellen, geschaffen.<sup>29</sup>

Eine Konvergenz erleben die unterschiedlichen Mediengattungen insofern, da beispielsweise die digitalen Medien nicht nur Inhalt und Wirkung der früheren Medien umfassen, sondern darüber hinaus sogar deren Existenz in Frage stellen.<sup>30</sup> Hierzu äußert sich der ehemalige Chefredakteur der Nürnberger Zeitung Wolfgang Riepl bereits im Jahr 1913. Er behauptet, dass die „einfachsten Mittel, Formen und Methoden, wenn sie nur einmal eingebürgert und brauchbar befunden worden sind, auch von den vollkommensten und höchst entwickelten niemals wieder gänzlich und dauernd verdrängt und außer Gebrauch gesetzt werden können, sondern sich

---

<sup>29</sup> vgl. Böhn; Seidler, 2008: S. 144-149

<sup>30</sup> vgl. ebd.: S. 157

neben diesen erhalten [...]“<sup>31</sup>. Bis heute behält er mit seiner in der Medienwissenschaft als „Rieplsches Gesetz“ bekannten These Recht.<sup>32</sup>

## 2.2 Entwicklung des Sports von 1936 bis heute

In der heutigen Welt des Sports geht es prinzipiell um einen „friedlichen Wettkampf, ein faires und spielerisches Miteinander und ein konkurrierendes, aber gemeinsames und geregeltes Streben nach Leistungssteigerung, (möglichst) losgelöst von politischen oder wirtschaftlichen Interessen.“<sup>33</sup> Doch diese Einstellung ist in der Geschichte des Sports in Deutschland nicht immer der Fall gewesen.

Die Grundformen des gegenwärtigen modernen Sports stammen aus dem 17./18. Jahrhundert. Im damaligen England entsteht die neue Form der Bewegungskultur als Ausdruck physischen Freizeitvergnügens der männlichen gesellschaftlichen Oberschicht, der sogenannten *Gentlemen*. Im 19. Jahrhundert wandert die Entwicklung in die aufstrebenden Industrieländer Europas und Nordamerikas, erst im 20. Jahrhundert gilt es weltweit als elementare Form von Bewegungskultur.<sup>34</sup> Sportliche Betätigungen wie Laufen, Werfen, Springen, Schwimmen oder Reiten entwickeln sich nicht erst mit dem Zeitalter moderner Sportkultur, sondern sie alle existieren in gewissen Abwandlungen bereits in früheren zeitlichen Epochen und weisen dabei oftmals kriegs-gerisch-militärische Hintergründe auf, beispielsweise die reitenden Ritter im Mittelalter oder die schwimmenden Legionäre im alten Rom.<sup>35</sup>

Der französische Sportfunktionär Pierre de Coubertin schafft in den 1890er Jahren die Grundlage für die sich im 20. Jahrhundert entwickelnde Stellung der wettkampforientierten Sportkultur der Olympischen Spiele. Die Parole „Le respect mutuel“ bezeichnet das gegenseitige Kennen und Schätzen der Sportler untereinander. Das faire Verhalten und die sportlichen Erfolge der Teilnehmer sollen den olympischen Wettkampf als Symbol des gesellschaftlichen Miteinanders in den Mittelpunkt rücken und sich zudem vom Bild des drohenden Krieges abwenden. Am damaligen Gründungstreffen des Internationalen Olympischen Komitees (IOC) wird außerdem festgelegt, dass nur Männer und nur Amateure – somit keine Berufssportler – zu den Olympischen Spielen zugelassen sind. Diese Regelungen halten jedoch nicht auf Dauer: Die ersten Frauen nehmen bereits an den zweiten Olympischen Spielen der Neuzeit 1900 in Paris teil.<sup>36</sup>

Importiert von jungen Engländern, die ihre Heimat während der Industrialisierung aus beruflichen Gründen verlassen müssen, um in den industriell aufstrebenden Ländern zu arbeiten,

---

<sup>31</sup> Riepl, 1972: S. 5

<sup>32</sup> vgl. Meier, 2013

<sup>33</sup> Krüger, 2005: S. 172

<sup>34</sup> vgl. Beckers, 1995: S. 19

<sup>35</sup> vgl. Luh, 2010: S. 187

<sup>36</sup> vgl. Krüger, 2010a: S. 273 f.; vgl. Behringer, 2012: S. 282 ff.

finden deren bewegungskulturelle Errungenschaften – darunter Leichtathletik und Fußball – nach Deutschland.<sup>37</sup> Jene haben es anfangs jedoch schwer, sich gegen die bereits ausdifferenzierte Turnvereinsbewegung durchzusetzen. Anfang des 20. Jahrhunderts liegt die Mitgliederzahl in den 66 Turn- und Sportverbänden und etwa 85.000 Vereinen bei rund sieben Millionen<sup>38</sup>, der Leistungssport verzeichnet mit seinen neuen Großsporthallen, Rennstrecken und Stadien einen Entwicklungsschub und begeistert die Menschen zunehmend auch an Fußball und Leichtathletik. Eigene Sportteile in Tageszeitungen sind seit den 1920ern Gang und Gebe, ebenso erscheinen etwa 380 Sportzeitschriften, Sportnachrichtenagenturen werden gegründet und die ersten Sportübertragungen im deutschen Rundfunk gehen an den Start. Der Begriff „Sport“ steht von nun an für einen Sammelbegriff diverser Formen von Leibesübungen.<sup>39</sup>

Die seinerzeit in Deutschland tonangebende Turnvereinsbewegung verliert neben den Neulingen an Einfluss und Ansehen. Es kommt zu Spannungen und Konflikten zwischen den Abteilungen Turnen und Sport. In der sogenannten „Reinlichen Scheidung“ von 1923/24 wird festgelegt, dass eine Doppelmitgliedschaft in der Deutschen Turnerschaft einerseits und dem Deutschen Schwimmverband, der Deutschen Sportbehörde für Leichtathletik und dem Deutschen Fußball-Bund andererseits von nun an nicht mehr gestattet ist. Der Konflikt wird erst sechs Jahre später im März/April 1930 offiziell beigelegt.<sup>40</sup>

1930 wird die erste Fußballweltmeisterschaft in Uruguay ausgetragen. Doch aufgrund der Gegebenheiten mangelnder Mobilitätsmittel und der Weltwirtschaftskrise nehmen in diesem und den Folgejahren nur wenige Mannschaften an dem Wettbewerb teil. Diese tragen anfangs die amerikanischen und europäischen Mannschaften unter sich aus, Afrika und Asien etablieren sich nur sehr langsam an der Teilnahme zur Fußball-WM.<sup>41</sup> Während des Nationalsozialismus verlieren Turnen und Sport ihre bis dato ausgeprägte organisatorische Struktur erneut und erhalten durch den 1933 gegründeten „Reichsführerring“ eine völlig neue Gliederung nach Fachämtern. Verbände werden von nun an regional unterteilt in Gaue, Bezirke und Kreise, der *Deutsche Reichsbund für Leibesübungen* wird 1934 die nationalsozialistisch geprägte neue Dachorganisation des Vereinssports. Der Sport erhält eine von Grund auf veränderte Struktur des organisatorischen Rahmens und der Inhalte. Die Menschen in der NS-Zeit treiben Sport nicht mehr aus eigenem Interesse, frei und eigens organisiert, der Sport dient vielmehr der Unterhaltung der Massen, gilt als physischer Ausgleich zur Instandhaltung von Arbeitskraft und Disziplin und bereitet körperlich auf den Krieg vor.<sup>42</sup>

Nach 1945 gilt der westdeutsche Sport wieder als Bewegungskultur und erhält eine Organisationsstruktur demokratischer Selbstverwaltung in Verbänden und Vereinen fernab von staatlicher

---

<sup>37</sup> vgl. Eichberg, 1980, zitiert nach: Luh, 2010: S. 189

<sup>38</sup> vgl. Eisenberg, 1993: S.146 f.; vgl. Krüger, 2005: S. 103 f.

<sup>39</sup> vgl. Krüger, 2005: 11 f.

<sup>40</sup> vgl. ebd.: S. 108 f.; vgl. Luh, 2006: S. 28 f.

<sup>41</sup> vgl. Behringer, 2012: S. 313 ff.

<sup>42</sup> vgl. Bernett, 1983; vgl. Havemann, 2005, zitiert nach: Luh, 2010: S. 192 f.



Obhut.<sup>43</sup> Die Besatzungsmächte USA, Sowjetunion, England und Frankreich sorgen dafür, den Nationalsozialismus und Militarismus aus Deutschland zu verdrängen und stattdessen ein demokratisches, gemeinschaftliches Deutschland zu formen. Diese Vorhaben werden von den vier Mächten jedoch teils unterschiedlich interpretiert, sodass im Osten das sowjetische System des Sozialismus regiert, die Westmächte hingegen für ein Modell der Demokratie und Marktwirtschaft sorgen. Dies hat zur Folge, dass Osten und Westen sich schnell auseinander leben, getrennte Wege gehen und zu Zeiten des Kalten Krieges der endgültige „Eiserne Vorhang“ quer durch Deutschland verläuft. Im Westen werden fortan alle alten Turn- und Sportvereine, alles was an Nationalsozialismus, Militarismus oder Wehrsport erinnert, darunter der Kampf-, Schieß- und Fechtsport, strikt verboten. Im Osten Deutschlands unterliegt der Sport den Weisungen des Staates und gilt als Teil politischer Kultur. Man feiert große Erfolge und löst dadurch in den 70er Jahren eine Form von lokalpatriotischer Begeisterung aus. Später stellt sich jedoch heraus: Die Infrastruktur der ostdeutschen Sportförderung ist nicht der einzige Grund für die sportlichen Erfolge. Die DDR betreibt zu dieser Zeit staatliches Doping, teilweise werden den Sportlern sogar ohne deren Kenntnis Dopingmittel verabreicht. Viele tragen gesundheitliche Schäden davon. Erst Jahre später werden die Vergehen aufgedeckt<sup>44</sup>.

Die „Directive No. 23“ – zu Deutsch: „Direktive 23“ – des gesamtdeutschen Alliierten Kontrollrats sorgt zuvor im Dezember 1945 dafür, die verschiedenartigen Maßnahmen der Besatzungszonen bei der Reorganisation des Sports besser aufeinander abzustimmen und grundlegende Regeln zu schaffen. Unter dem Originaltitel „Limitation and Demilitarization of Sport in Germany“ werden u.a. Regeln zur Handhabung der NS-Sportorganisationen und der damit verbundenen militärisch-athletischen Aktivitäten aufgestellt:<sup>45</sup> „The Control Council directs: 1. To prohibit all activities of (...) all sport and military or para-military athletic organizations (...) which existed in Germany prior to its capitulation. (...) This prohibition shall apply particularly to organizations engaged in Aviation, Parachuting, Gliding, Fencing, Military or Para-military drill or display, shooting with firearms.“<sup>46</sup>

1950 gründet sich der Deutsche Sportbund (DSB) als Dachorganisation der Sportselbstverwaltung in Verbänden und Vereinen. Im selben Jahr wird das 1949 gegründete westdeutsche National Olympische Komitee (NOK) im Internationalen Olympischen Komitee (IOC) anerkannt – die ostdeutschen Sportvertreter ziehen im April 1951 nach – und berechtigt somit die (vorerst nur west)deutschen Sportler erstmalig nach dem Zweiten Weltkrieg wieder an der Teilnahme der Olympischen Spiele 1952 in Helsinki.<sup>47</sup> Von 1956 (Montreal) bis zu den Spielen 1968 in Mexiko besagt die Regelung, dass weiterhin nur eine deutsche Mannschaft bei den Spielen antreten darf. In dieser Phase müssen die Sportorganisationen der Bundesrepublik und der DDR selbst darüber entscheiden, welche Sportler und Betreuer teilnehmen sollen. Erstmals

---

<sup>43</sup> vgl. Nitsch, 1990, zitiert nach: Luh, 2010: S. 193

<sup>44</sup> vgl. Reichhelm, 2013

<sup>45</sup> vgl. Krüger, 2010b: S. 219 ff.; vgl. Teichler, 2010: S. 227

<sup>46</sup> Library of Congress, 2013: S. 304

<sup>47</sup> vgl. Luh, 2010: S. 193 f.; vgl. Krüger, 2010b: S. 222

1968 stellt die DDR eine eigene Truppe aus Sportlern an den Start, 1972 in München folgt die Teilnahme der DDR mit eigener Fahne und Hymne. In den Folgejahren erlebt die DDR große olympische Erfolge und bringt sogar die USA bis an ihre (sportlichen) Grenzen.<sup>48</sup> Die für die Olympischen Spiele Ende des 19. Jahrhunderts entworfene Amateurregelung wird in den 1970ern erstmals gelockert und in den 80ern vollständig aufgehoben. In selbiger Amtsperiode verknüpft der für den gesamten organisatorischen Umbruch verantwortliche IOC-Präsident Juan Antonio Samaranch die Paralympischen Spiele für Sportler mit Behinderung – offiziell ausgetragen seit 1960 – mit der Organisation der Olympischen, erweitert den Umfang an Sportarten, baut den Frauensport aus, ruft eine Antidopingagentur ins Leben und schafft eine finanzielle Basis durch erste konsequente Sponsorenverträge sowie der „Versteigerung“ der TV-Übertragungsrechte an den Höchstbietenden.<sup>49</sup> Auch die Fußballweltmeisterschaft etabliert sich mit den Jahren im gesellschaftlichen Geschehen. Haben noch zu Beginn Europa und Amerika die größte (und vor allem einzige) Rolle gespielt, wird seit 1982 mit der Erhöhung von 16 auf 24 Teilnehmern auch der Fußball außerhalb der etablierten Kontinente stärker berücksichtigt. Einige kleine Erfolge vor allem afrikanischer Teilnehmer (Marokko im Viertelfinale 1986, Kamerun im Viertelfinale 1990, Nigeria (und auch Saudi-Arabien) im Achtelfinale 1994) tragen mit dazu bei, dass zur WM 1998 in Frankreich die Teilnehmerzahl erneut (von 24 auf 32) erhöht wird. Dies führt letztlich zur erstmaligen Austragung einer Fußball WM in Asien 2002 sowie 2012 in Afrika (Südafrika).<sup>50</sup>

Am 20. Mai 2006 vereinen sich der DSB und das NOK zum Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB), welcher seither für Leistung, Lebensfreude, Gesundheit und Wertevermittlung steht. Die sogenannte „Sportfamilie“ des DOSB bilden 98 Mitgliedsorganisationen, darunter die 16 Landessportbünde, die 62 Spitzenverbände (u.a. DFB) und die 20 Sportverbände „mit besonderen Aufgaben“, sowie zwei Mitglieder des IOC und 15 persönliche Mitglieder.<sup>51</sup> Laut Bestandserhebung des DOSB umfasst die Dachorganisation im Jahr 2012 eine Gesamtmitgliederzahl von rund 28 Millionen, das entspricht knapp 34 % der gesamten Bevölkerung in Deutschland. Der DOSB gilt nach eigenen Angaben somit als größte Bürgerbewegung Deutschlands.<sup>52</sup>

Das Verständnis der heutigen „postmodernen Bewegungskultur“ hat sich im Vergleich zur NS- und Nachkriegszeit sehr viel weiter ausgebildet. Das Sportangebot bietet heutzutage ein breites Spektrum verschiedener Inhalte (u.a. Standard- oder Trendsportarten), Wertvorstellungen (u.a. Gesundheit, Ästhetik, Rekordstreben), Adressatengruppen (Alter, Geschlecht, Profis, Amateure usw.) und Organisationsformen (Vereine, Gesundheitszentren, Hochschulen usw.).<sup>53</sup> Doch auch Korruption, Doping und psychischer Druck gehören seit geraumer Zeit leider zum sportlichen Alltag. Die Professionalisierung, massenmediale Ausschaltung und Kommerzialisierung

---

<sup>48</sup> vgl. Scheid; Prohl, 2009: S. 204; vgl. Teichler, 2010: S. 227

<sup>49</sup> vgl. Behringer, 2012: S. 300, 343

<sup>50</sup> vgl. ebd.: S. 313 ff.

<sup>51</sup> Deutscher Olympischer Sportbund, 2013

<sup>52</sup> vgl. Deutscher Olympischer Sportbund, 2012: S. 11

<sup>53</sup> Luh, 2010: S. 195 f.

haben mit dazu beigetragen, dass der Sport neben Großveranstaltungen und Erfolgen zunehmend auch negative Schlagzeilen macht.<sup>54</sup> Sven Hannawald, ehemaliger erfolgreicher deutscher Skispringer, wird 2004 mit dem Burnout-Syndrom in Verbindung gebracht und beendet 2005 seine Karriere als Profisportler. Grund: die Strapazen des Profisports.<sup>55</sup> Ebenfalls 2005 wird der ehemalige deutsche Fußballschiedsrichter Robert Hoyzer in einen Wettskandal verwickelt. Er soll gegen die Zahlung hoher Geldbeträge mehrere Fußballspiele zu seinen und den Gunsten verschiedener Sportwetten-Teilnehmer manipuliert haben. Hoyzer gesteht, erhält Geld- und Gefängnisstrafen und wird vom DFB lebenslang gesperrt.<sup>56</sup> Im Dopingskandal Fuentes werden bei der Tour de France 2006 über 50 Radsportler, darunter der deutsche Profi-Radrennfahrer Jan Ullrich, vom Wettbewerb ausgeschlossen. Jahre später wird Ullrich des Dopings schuldig gesprochen und bekommt nachträglich all seine Titel seit 2005 aberkannt.<sup>57</sup> 2009 der Höhepunkt: Der ehemalige deutsche National- und Bundesligatorhüter Robert Enke nimmt sich am 10. November das Leben. Der Grund: Enke leidet seit einigen Jahren an schweren Depressionen, drei Jahre zuvor stirbt seine Tochter an einem angeborenen Herzfehler.<sup>58</sup> Und die Medien? Hat hier der Erfolgs- und mediale Druck, dem die Profisportler tagtäglich ausgesetzt sind, unter Umständen seinen Teil dazu beigetragen?

## 2.3 Entwicklung einer gegenseitigen Abhängigkeit

Ein allererstes gemeinsames Wirken verbuchen die zwei Branchen bereits im Jahr 1681, als die englische Zeitung True Protestant Mercury eine Nachricht über einen Boxkampf herausbringt. Die erste Sportzeitschrift – ebenfalls in England – lässt allerdings bis zum Jahr 1792 auf sich warten. Etwas später (etwa ab 1817) schließen sich auch Teile der damaligen englischen Tageszeitungen der regelmäßigen Sportberichterstattung an – in Deutschland geschieht dies sehr zögerlich erst zum Ende des 19. Jahrhunderts.<sup>59</sup>

Mit der Etablierung in den Printmedien dient der Sport als begehrter journalistischer Inhalt den Medieninnovationen der Folgejahre und trägt seinen wesentlichen Teil dazu bei, neue Medien, neue Techniken und somit neue Märkte zu popularisieren.<sup>60</sup> Dies führt – im Anschluss an die Etablierung der Sportberichterstattung im deutschen Hörfunk – direkt zu den Olympischen Spielen 1936 in Berlin. Zu diesem Anlass werden erste TV-Live-Bilder aus dem Olympia- und Schwimmstadion in die (noch wenigen) deutschen Wohnzimmer und Fernsehstuben gesendet. Im November desselben Jahres wird erstmals ein Fußballspiel (Länderspiel zwischen Deutschland und Italien) live übertragen, ebenfalls aus Berlin. Auch zur Weltmeisterschaft 1954 in der

---

<sup>54</sup> vgl. Krüger, 2010a: S. 278

<sup>55</sup> vgl. emotional engineering (Hg.), o.J.

<sup>56</sup> vgl. T-Online.de, 2011

<sup>57</sup> vgl. Bauer, 2013

<sup>58</sup> vgl. NDR.de, 2010

<sup>59</sup> vgl. Weischenberg, 1976: S. 118 ff.

<sup>60</sup> vgl. Becker, 1998: S. 12 ff.

Schweiz besitzen noch nicht viele deutsche Haushalte ein Fernsehgerät. Die Menschen verfolgen die Spiele daher vorrangig gemeinsam in Gaststätten, vor Schaufenstern der Elektrofachgeschäfte oder ganz „altmodisch“ im Radio. Doch das Verfolgen der qualitativ minderwertigen Fernsehbilder weckt die Neugier der Deutschen. Die Industrie reagiert darauf mit Reklamefotos prominenter Personen, posierend auf der eigenen Couch vor dem Fernseher. Es läuft: ein Fußballspiel. Schlagartig steigt die Zahl der Besitzer von Fernsehgeräten in Deutschland innerhalb des WM-Jahres 1954 rasant an, sodass man zum Jahresabschluss die Anzahl an TV-Geräten in deutschen Haushalten auf rund 100.000<sup>61</sup> schätzt. Da die WM den entscheidenden Faktor für die Umsatzsteigerung darstellt, ist im Umkehrschluss davon auszugehen, dass die Verbreitung an Fernsehgeräten vor und während der Weltmeisterschaft nur wenige Tausend umfasst. Von sportlich positiver Bedeutung ist zu erwähnen: Das Ereignis selbst gilt als rein Sportliches. Dies zeigt die Tatsache, dass auf die Medien damals keine Rücksicht genommen wird. Die Kameras dürfen positioniert werden, es darf übertragen werden, mehr jedoch nicht. Das Ereignis wird zelebriert für die Zuschauer im Stadion, es gibt keine Interviews der Spieler nach dem Spiel, keine Bilder von der Pokalübergabe. Eindeutigster Beweis: Das Finalspiel in Bern wird sieben Minuten zu früh angepfiffen – für heutige Übertragungsverhältnisse undenkbar.

Anfang der 60er Jahre wird die Zahl der im Fernsehen übertragenen Fußballspiele zurückgeschraubt, da die attraktiv gewordene TV-Übertragung bereits so weit ausgedehnt ist, dass sie dem DFB die Zuschauer aus den Stadien abzieht. Der Bund verringert daher die Anzahl der Übertragungen, überarbeitet parallel das eigene Fußballkonzept und gründet daraus 1963 die Fußball-Bundesliga. Da die Fernsehanstalten zu Beginn jedoch keine Lizenzen zur Liveübertragung erhalten, steigt im Sport die Zahl der Spielberichts zusammenfassungen.<sup>62</sup> Mit der Einführung des Privatfernsehens kurbeln die Medien die zunehmende Kommerzialisierung und Professionalisierung erneut an. Der Sport wird zur Programmware und es startet ein unendlicher Wettbewerb um die Senderechte. Für die Saison 1988/89 teilt der DFB die Übertragungsrechte erstmals auf die öffentlich-rechtlichen Sender ARD (Erstrechte), ZDF (Zweitrechte) und den Privatsender RTL (Erstrechte) auf. Der Preis für einen Vierjahresvertrag liegt zu dieser Zeit bereits bei umgerechnet 90 Millionen Euro.<sup>63</sup> Bei einem ständigen Hin und Her zwischen Öffentlich-Rechtlich (ARD, ZDF), Privat (RTL, SAT.1) und (seit 1991) Pay-TV-Sendern (Premiere bzw. später Arena, Sky) sowie einer Aufteilung nach Erst-, Zweit- und Drittverwertungsrechten treiben die Konkurrenten die Preise bis ins Unendliche in die Höhe, liegen im Jahr 2003/04 bei insgesamt rund 265 Millionen.<sup>64</sup> Für den Vierjahresvertrag der Saisons 2013/14 bis 2016/17 bezahlen ARD, ZDF und Sky insgesamt 2,5 Milliarden Euro.<sup>65</sup> Die Wirtschaft gliedert sich mit der Zeit also als dritte Säule mit ein, was natürlich Auswirkungen auf das Werbegeschehen rund um Sport und Medien hat. Sportler werden als „Eyecatcher“ u.a. in TV-Spots integriert und sollen die Verkaufszahlen des eigenen Produkts nach oben treiben. So macht Michael Ballack

---

<sup>61</sup> vgl. Gerhard, 2006: S. 466

<sup>62</sup> vgl. Leder, 2008: S. 40-52

<sup>63</sup> vgl. Funk-Korrespondenz, 1988: S. 5

<sup>64</sup> vgl. SPIEGEL Online, 2003

<sup>65</sup> vgl. FAZ.net, 2012

Werbung für adidas, (Gerd) Müller und (Thomas) Müller für die Müllermilch und Sebastian Vettel für den Online-Reifenshop Tirendo.

Betrachtet man das Medienangebot auf dem Markt ist festzustellen, dass TV-Sender wie Sport 1 (ehemals DSF), Eurosport oder Sky Sport und ebenso die Sportzeitschriften Kicker, Sportbild oder 11 Freunde ohne die gegenseitige Abhängigkeit der zwei Branchen nicht existieren würden. Soziale Medien wie Facebook oder Twitter profitieren von dem medialen Engagement der Sportler und Vereine. Die Vereine besitzen zwar zusätzlich ihre eigenen Webseiten zur Verkündung von Neuigkeiten und sonstigen Informationen, doch erfährt man in der Regel heutzutage auch alles Notwendige über die Gruppen und Funktionen der sozialen Medien. Doch genau das zeichnet die gegenseitige Abhängigkeit – das gegenseitige aufeinander Ausrichten – aus. Medien und Sport wirken nicht nur gemeinsam und schlagen daraus Profit, sie sind sogar voneinander abhängig geworden und passen das eigene Vorhaben an dem des Gegenübers an. Die Medien richten sich auf den Sport aus, weil dieser ein echter Quotengarant ist. Warum werden fast ausschließlich deutsche Länderspiele im Fernsehen gezeigt, obwohl es auch über die deutschen Grenzen hinaus attraktiven Fußball gibt? Und weshalb kommt es dem Nicht-Bayern-Fan jedes Jahr so vor, als würde die ARD in jeder Runde des DFB-Pokals das Spiel des deutschen Rekordmeisters zeigen? Oder kommt es ihm gar nicht nur so vor?

Der Sport richtet sich aber ebenso auf die Medien aus, weil auch er in gewisser Weise von diesen finanziert wird. Fernsehgelder, die an die Vereine ausgeschüttet werden, sind wichtiger Bestandteil der Finanzpläne und auch die Sponsoren gehen mit den Sportlern und Vereinen nur deshalb Verträge ein, weil sie selbst ihr eigenes Unternehmen oder Produkt durch die Präsenz in den Medien stärken wollen. Ebenso zählt hierzu das Einwirken der Medien auf die Verhältnisse des Sports, wodurch beispielsweise Trendsportarten olympisch werden (z.B. Beachvolleyball<sup>66</sup>), Regeländerungen vorgenommen werden (z.B. Vergrößerung des Balles im Tischtennis<sup>67</sup>), ganze Zeitpläne zugunsten der medialen Vorstellungen verschoben werden oder der bereits erwähnte Starkult um die Profisportler in der Werbung. Wie sagte (dazu) einst der ehemalige Fußballprofi und heutige Bundesligatrainer Bruno Labbadia? „Das wird alles von den Medien hochsterilisiert.“<sup>68</sup>

---

<sup>66</sup> vgl. Handelsblatt, 2004

<sup>67</sup> vgl. Kucharski, 2003

<sup>68</sup> Labbadia, o.J., zitiert nach: Wiemann, 2008

### 3 Zusammenspiel von Sport und Medien

Der US-amerikanische Filmproduzent Samuel Goldwyn beschrieb das Verlangen eines Publikums einmal mit den Worten: „Das Publikum weiß erst dann, was es will, wenn es das, was es will, zu sehen bekommt.“<sup>69</sup> Im Laufe der Jahre hat sich herausgestellt, dass es der Sport ist, den die Menschen sehen wollen. Das beweisen unzählige Daten und Fakten der Sportberichterstattung in den Medien. Und hierum soll es nun gehen: Die Olympischen Spiele sowie die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ sind in der Gesellschaft zu einem nicht wegdenkbaren Gut in der Sportberichterstattung geworden. Sie gelten als die weltweit größten sportlichen Ereignisse. Der Fußball erzielt dabei generell die höheren Spitzenwerte in Bezug auf die Zuschauerzahl, die Olympischen Spiele bieten dafür eine enorme Vielfalt an Sportarten und vereinen Nationen aus der gesamten Welt zum sportlichen Wettkampf.<sup>70</sup> Die Medien „feiern“ das ansteigende Gesellschaftsinteresse und werden belohnt mit teils herausragenden Quoten. Explizite Vergleiche der Sportberichterstattungen von früher und heute, die Veränderungen in der gesamten Organisation und Durchführung der Events, aussagekräftige Zahlen und Fakten aus Vergangenheit und Gegenwart – all das sind Themen in diesem Kapitel.

Es zeigt sich, dass ein erhöhter personeller Einsatz im Laufe der Entwicklung notwendig ist, um die explodierenden Größenrahmen der Berichterstattung stemmen zu können. Da sich das Interesse immer mehr dem Sport widmet, muss auch qualitativ hochwertiger berichtet werden, das hat nicht nur Auswirkungen auf die technischen Begebenheiten, auch die Auswahl des Kommentators, der den Zuschauer durch das Programm leiten soll, ist von entscheidender Bedeutung. So werden seit der Jahrtausendwende neben den Moderatoren, Kommentatoren und Redakteuren auch verstärkt Experten, ehemalige und aktive Sportler wie Trainer, in die Liveberichte mit einbezogen, unterstützen den Kommentator mit dem notwendigen Fachwissen und Erfahrungswerten und analysieren das Geschehen gemeinsam mit dem Moderator. Hierunter fallen beispielsweise Größen wie Günter Netzer, Franziska van Almsick oder Oliver Kahn.<sup>71</sup>

Der „Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien“ verdeutlicht die gesamte Situation weiterhin insofern, da die Berichterstattung von sportlichen Großereignissen dort sogar als eigener Paragraph aufgeführt wird (§ 4). Die Worte der zu Beginn des 20. Jahrhunderts führenden französischen Sportzeitung „L'Auto-Vélo“ von November 1900 treffen damals wie heute den Puls der Zeit: „Sport has definitely become a new religion.“<sup>72</sup>

---

<sup>69</sup> Goldwyn, o.J., zitiert nach: Schauerte, 2008: S. 83

<sup>70</sup> vgl. Steinbrecher, 2009: S. 13

<sup>71</sup> vgl. Burk; Digel, 2002: S. 121 f.

<sup>72</sup> L'Auto-Vélo, 1900, zitiert nach: Behringer, 2012: S. 271

## 3.1 Die Olympischen Spiele

Der damalige IOC-Präsident Avery Brundage ist sich 1956 zum Zeitpunkt seiner Aussage vollkommen sicher: „Ohne das Fernsehen arbeiten wir seit sechzig Jahren wunderbar, und das wird auch in den nächsten sechzig Jahren so bleiben.“<sup>73</sup> Es kam nicht ganz so, wie er prophezeite. Der Sport und das Fernsehen sind heute quasi unzertrennlich geworden. Vor allem die Medien haben dafür gesorgt, dass der Sport heutzutage eine solch ausgeprägte Präsenz in der Gesellschaft hat – und auch das Fernsehen hat wider Erwarten Brundages seinen Teil dazu beigetragen. Der erste Teil dieses Kapitels befasst sich mit den organisatorischen und medialen Veränderungen in Bezug auf die Olympischen Spiele.

### 3.1.1 Entwicklung des organisatorischen Umfangs

Nicht nur der Daily Mirror betitelt die Olympischen Spiele 2012 in London als das weltweit größte sportliche Ereignis. Überall auf der Welt zeigt sich die Faszination und Hingezogenheit zu den Olympischen Spielen. „Forget the World Cup or anything in Vegas. The Olympics really is the greatest show on earth“<sup>74</sup> lauten hierzu die Worte der englischen Boulevard-Tageszeitung. Nicht von Beginn an kann solch eine Euphorie bei den Menschen festgestellt werden, wenn in vergangenen Jahren zu den Olympischen Spielen aufgerufen wurde – sicherlich auch, weil die Medien nicht von Beginn an in der Lage waren, in solchem Umfang darüber zu berichten und das Fest in solch großem Maße anzukündigen.

Glauben wir dem Daily Mirror, stellt sich die Frage, wie die Olympischen Spiele zu diesem Titel gekommen sind. Betrachten wir hierzu zunächst einmal eine Tabelle, die sich mit der Entwicklung der Olympischen Sommerspiele der Neuzeit in Bezug auf die Anzahl der Sportarten, Wettbewerbe, Teilnehmerstaaten und Sportler befasst.

---

<sup>73</sup> Brundage, 1956, zitiert nach: Eggers, 2007

<sup>74</sup> Shelley, 2012

Nr.	Jahr	Ort	Sportarten	Wettbewerbe	Länder	Teilnehmer
1	1896	Athen	9	43	14	245
2	1900	Paris	17	86	19	1078
3	1904	Saint Louis	13	96	13	689
4	1908	London	21	107	22	2035
5	1912	Stockholm	13	102	28	2437
6	1916	Berlin	(abgesagt, Erster Weltkrieg)			
7	1920	Antwerpen	21	152	29	2607
8	1924	Paris	17	126	44	2972
9	1928	Amsterdam	14	109	46	2884
10	1932	Los Angeles	14	117	37	1333
11	1936	Berlin	19	129	49	3936
12	1940	Tokio	(abgesagt, Zweiter Weltkrieg)			
13	1944	London	(abgesagt, Zweiter Weltkrieg)			
14	1948	London	17	136	59	4092
15	1952	Helsinki	17	149	69	5429
16	1956	Melbourne	17	151	67	3347
17	1960	Rom	17	150	83	5313
18	1964	Tokio	19	163	93	5133
19	1968	Mexico City	18	172	112	5498
20	1972	München	21	172	121	7121
21	1976	Montreal	21	198	92	6043
22	1980	Moskau	21	203	80	5283
23	1984	Los Angeles	21	221	140	6802
24	1988	Seoul	23	237	159	8473
25	1992	Barcelona	25	257	169	9368
26	1996	Atlanta	26	271	197	10332
27	2000	Sydney	28	300	199	10651
28	2004	Athen	28	301	202	11099
29	2008	Peking	28	302	204	11100
30	2012	London	26	302		

Tabelle 1: Eine Statistik der Olympischen Sommerspiele der Neuzeit

(Quelle: Behringer, Wolfgang (2012). *Kulturgeschichte des Sports: Vom antiken Olympia bis ins 21. Jahrhundert*. München: Verlag C.H. Beck, S. 288)

Alle Kategorien verzeichnen einen mehr oder minder dauerhaften Anstieg. Dabei weist die Spalte der Wettbewerbe am wenigsten Rückschlüsse auf, die Anzahl steigt im Laufe der Jahre nahezu ununterbrochen an und hat sich seit 1936 (129 Wettbewerbe) bis heute (302 Wettbewerbe in London 2012) mehr als verdoppelt. Die Anzahl der Sportarten liegt zu Beginn noch unter 20, in München 1972 sind erstmals 21 Sportarten vertreten. Diese Zahl steigt zwischenzeitlich bis auf 28 an (2000-2008), 2012 liegt sie wieder bei 26. Auch die Anzahl der Sportler und Teilnehmerländer nimmt im Wesentlichen zu. Mit kleinen Rückschlägen in den nicht-europäischen Austragungsorten (z.B. Melbourne 1956 oder Montreal 1976) startet die Zahl der Teilnehmer in Berlin bei 3936, in Atlanta 1996 knackt sie die 10.000er-Grenze. 1956 wird das Großevent erstmals auf nicht-europäischem oder –amerikanischem Boden ausgetragen. Die Rückschlüsse in den Jahren 1976, 1980 (Moskau) und 1984 (Los Angeles) sind auf politischen Boykott<sup>75</sup> sowie die terroristischen Geiselnahmen in München 1972 zurückzuführen (siehe S. 23). Um die Abbildung zu vervollständigen: Im Jahr 2012 nehmen rund 10.500 Sportler aus 204 Nationen an den Olympischen Spielen in London teil.<sup>76</sup> Die genannten Erkenntnisse des Ge-

<sup>75</sup> vgl. Krüger, 2010a: S. 277

<sup>76</sup> vgl. Olympic.org, 2012a



samtanstiegs lassen sich, wenn auch in einem etwas kleineren Rahmen, ebenso auf die Olympischen Winterspiele übertragen. Auch hier steigt die Anzahl an Sportarten, Wettbewerben, Ländern und Teilnehmern nahezu pausenlos an. Sind es bei den Olympischen Winterspielen in Garmisch-Partenkirchen 1936 noch 4 ausgetragene Sportarten, 17 Wettbewerbe und 28 Teilnehmerländer mit 646 Athleten, nehmen 2010 in Vancouver bereits 2.536 Athleten aus 82 Ländern an 86 Wettbewerben in 7 unterschiedlichen Sportarten teil. Die Winterspiele finden seit 1994 im zweijährigen Intervall zu den Sommerspielen statt.<sup>77</sup>

Die Entwicklung sportlicher Vielfalt lässt sich an der steigenden Anzahl von olympischen Sportarten ablesen. Dies führt Behringer vor allem auf die Globalisierung und Bürokratisierung der Spiele zurück, denn erst durch die Überlieferung in andere Regionen und das Festlegen eines klaren Regelwerks könne ein Sport zum Weltsport werden.<sup>78</sup>

Die obigen Werte lassen einen größeren Organisationsumfang der Spiele schon vermuten. Das spiegelt sich vor allem in den Zahlen der Sponsoren, organisatorischen Mitarbeiter sowie der daraus entstehenden Kosten wider. Betrachten wir die organisatorischen Entwicklungen in regelmäßigen Abständen an den Beispielen der Sommerspiele 1936, 1952, 1972, 1996 und 2012.

Für die Spiele in Berlin 1936 wird unter der Leitung von Adolf Hitler, Theodor Lewald (Präsident des NOK und Mitglied des IOC), NOK-Generalsekretär Carl Diem und Architekt Werner March das Reichssportfeld mit seinem Schmuckstück, dem Olympiastadion, errichtet. Daran beteiligt sind rund 2.500 Arbeiter und 500 Firmen.<sup>79</sup> Die Kosten für den Bau der Sportanlagen, den Ausbau der Verkehrsinfrastruktur und die gesamte Organisation betragen rund 123 Millionen Reichsmark – mit 4,5 Millionen Reichsmark Überschuss gelten die Olympischen Spiele für damalige Verhältnisse als wirtschaftlich erfolgreich, dennoch aber auch als die umstrittensten Spieler aller Zeiten.<sup>80</sup>

Der feierlichen Eröffnungszeremonie geht der heute traditionelle Fackellauf von Olympia nach Berlin voraus. 3.000 Läufer legen die 2939 Kilometer lange Strecke an 13 Tagen zurück und entzünden am 1. August 1936 im Rahmen der Eröffnungsfeier das olympische Feuer. Nach einer festlichen Fahrzeugkolonne der Funktionäre und Regierungsmitglieder zum Stadion, der Eröffnungszeremonie mit der Aufführung des Festspiels „Olympische Jugend“, dem Einzug der Mannschaften und dem Hissen der Teilnehmerflaggen sowie einigen formalen Ansprachen erklärt Hitler vor rund 100.000 Menschen die XI. Sommerolympiade neuer Zeitrechnung für eröffnet.<sup>81</sup> Nach 16 Tagen sportlicher Wettkämpfe voller Freude und Erfolge wird das Ereignis mit einer großen Abschlussfeier im Olympiastadion abgerundet. In einer Abschlussrede bedankt sich IOC-Präsident Graf Baillet-Latour bei den Organisatoren, der Stadt Berlin, dem Volk sowie

---

<sup>77</sup> vgl. Behringer, 2012: S. 292

<sup>78</sup> vgl. ebd.: S. 273

<sup>79</sup> vgl. Fuhrer, 2011: S. 16 ff.

<sup>80</sup> vgl. Scheid; Prohl, 2009: S. 30

<sup>81</sup> vgl. Fuhrer, 2011: S. 85 ff.

dem Schirmherren Adolf Hitler und blickt auf die bevorstehende Olympiade 1940 in Tokio, die später aufgrund des Zweiten Weltkrieges abgesagt wird.<sup>82</sup>

Für die Olympischen Spiele 1952 in Helsinki starten allein die Planungen für die Eröffnungszeremonie bereits im Frühling des Vorjahres. Die 500 Mitglieder des olympischen Chors, 180 Musiker des Militärorchesters, in Formation einmarschierende Athleten der 69 Teilnehmerstaaten und 2.500 Friedenstauben sind neben den 70.000 Zuschauern nur ein Teil der an der Eröffnungszeremonie teilnehmenden Akteure. Insgesamt werden für die Wettkämpfe in den Stadien über 1,1 Millionen Tickets verkauft, die daraus resultierenden Einnahmen liegen umgerechnet bei etwa 160 Millionen Euro.<sup>83</sup> Im Anschluss werden die Spiele – ähnlich wie 1912 in Stockholm – organisatorisch und sportlich hoch gelobt, weshalb das IOC kurzzeitig darüber nachdenkt, die Spiele zukünftig ausschließlich in Skandinavien auszutragen.<sup>84</sup>

Die Planungen für die Gestaltung der zweistündigen Eröffnungsfeier der Olympischen Spiele 1972 in München beginnen bereits sechs Jahre zuvor.<sup>85</sup> Auf dem Bauplan stehen ein Stadion, ein Olympisches Dorf, eine Schwimmhalle, Sporthalle, Radrennbahn sowie ein Presse- und Fernsehzentrum. 15.000 Arbeiter<sup>86</sup> sind an den Baumaßnahmen beteiligt, über 1,9 Milliarden Mark werden im Vorfeld der Spiele in die Organisation und den Bau der Wettkampfstätten investiert. Nur knapp ein Drittel davon wird von Bund, Land und Stadt getragen, der Großteil wird u.a. durch den Verkauf von Olympiamünzen sowie dem Ticket- und Fernsehrechteverkauf finanziert. 80.000 Plätze im Olympiastadion, 12.000 in der Sport-, knapp 10.000 in der Schwimmhalle sowie 5.000 Plätze auf der Radrennbahn stehen für die Zuschauer zur Verfügung. Als „Spiele der kurzen Wege“<sup>87</sup> wird München aufgrund der geringen Entfernungen der Sportstätten betitelt.

Am frühen Morgen des 10. Wettkampftages werden die Spiele von einem Terroranschlag palästinensischer Terroristen überschattet. Sie erschießen zwei Angehörige der israelischen Mannschaft und nehmen neun weitere als Geiseln. Sie fordern die Freilassung von mehr als 200 in Israel inhaftierten Palästinensern. Nach einigen Verhandlungen fliegen die Terroristen samt Geiseln mit Hubschraubern zum Flugplatz Fürstenfeldbruck, wo die geplante Befreiungsaktion der deutschen Polizei anders verläuft als geplant. Sie eröffnen das Feuer, als sich ein Großteil der Terroristen auf dem Rollfeld befindet. Nach einigen Fehlmeldungen der Presse an diesem Abend tritt der bayerische Innenminister um 3.00 Uhr morgens des Folgetages an die Öffentlichkeit: Alle neun Geiseln sowie Polizeiobermeister Fliegerbauer sind tot, der Bundesgrenzschutz-Hauptmann Ebel und ein Hubschrauberpilot schwer verletzt. Fünf der Terroristen sind tot, drei haben überlebt und befinden sich in polizeilichem Gewahrsam. Die Spiele werden un-

---

<sup>82</sup> vgl. Zwerenz, 1972: S. 161

<sup>83</sup> vgl. Amateur Athletic Foundation of Los Angeles, 2004: S. 31, 44, 168

<sup>84</sup> vgl. ARD, o.J.a

<sup>85</sup> vgl. Schiller; Young, 2012: S. 177

<sup>86</sup> vgl. ebd.: S. 83

<sup>87</sup> Schneider, 1972: S. 16

terbrochen, eine Trauerfeier findet einen Tag nach den tragischen Ereignissen im Olympiastadion statt.<sup>88</sup> Bereits einen Tag später werden die Spiele fortgesetzt, dies verkündet der IOC-Präsident Avery Brundage mit den Worten: „Wir können nicht zulassen, daß [sic]<sup>89</sup> Terroristen den Kern internationaler Zusammenarbeit, wie sie die Olympischen Spiele darstellen, zerstören.“<sup>90</sup> Hatte man wenige Tage zuvor die Spiele noch feierlich eröffnet, liegt bei der Schlussfeier im Olympiastadion eine bedrückte Stimmung in der Luft. Neben dem Einzug der Athleten und Fahnenträger unter musikalischer Begleitung wird noch einmal der Opfer des Anschlags gedacht. Zwar teilen sich in München 1972 die Tage der Freude mit denen der Trauer, doch zugleich beweist die olympische Bewegung, dass sie in einer unruhigen, von Terror und Gewalt dirigierten Welt mehr denn je gebraucht wird.<sup>91</sup>

Nach den Sommerspielen in München 1972 verliert die olympische Bewegung kurzzeitig an Bedeutung. Das Ereignis wird zunehmend zum Spielball des politischen Ost-West-Gegensatzes und sorgt dafür, dass sich das internationale Publikum mehr und mehr von den Spielen abwendet. Die Boykotte 1976-1984, die vor allem in Montreal 1976 zu einem finanziellen Desaster führen, sorgen ebenso dafür, dass überwiegend nur noch Amateursportler derer Länder an den Spielen teilnehmen, die nicht gerade die Spiele aus politischen Gründen in Form ihrer Nicht-Präsenz sabotieren. 1981 wird auf dem olympischen Kongress in Baden-Baden die bis dato bestehende Amateurregelung abgeschafft. Dies ebnet den olympischen Weg der erfolgreichen Folgejahre, was sich bereits ab Los Angeles 1984 bei den erstmals privat finanzierten Olympischen Spielen zeigt.<sup>92</sup> Der US-Fernsehsender ABC zahlt für die weltweiten Senderechte der Spiele die damalige Rekordsumme von 288 Millionen Dollar. In diesem Jahr wird das Sportereignis erstmals aufgrund von Millionen-Gewinnen als großes finanzielles Geschäft wahrgenommen.<sup>93</sup>

Die Olympischen Spiele in Atlanta 1996 erhalten während und nach der Austragung unterschiedliche Kosenamen – darunter keine wirklich positiven: „Coca-Cola-Spiele“<sup>94</sup> oder die „Chaosspiele des Jahrhunderts“<sup>95</sup> sind nur zwei derer. Der Hauptsponsor Coca-Cola beteiligt sich mit 35 Millionen Dollar und literweise Softdrinks an den umstrittenen Spielen im heimischen Atlanta.<sup>96</sup> Doch zumindest der Auftakt gelingt: Die Parkinson-erkrankte Sportlegende Muhammad Ali entzündet das Olympische Feuer am Tag der Eröffnungsfeier, ein bewegender Moment für alle 85.000 Besucher im Stadion sowie die drei Milliarden Menschen an den TV-Bildschirmen.<sup>97</sup> Die Kulisse der Olympischen Spiele bietet vielen Unternehmen, auch denen, die

---

<sup>88</sup> vgl. ebd.: S. 1-21

<sup>89</sup> dass

<sup>90</sup> Brundage, 1972, zitiert nach: Schneider, 1972: S. 8

<sup>91</sup> vgl. Schneider, 1972: S. 159

<sup>92</sup> vgl. Krüger, 2010a: S. 276 f.

<sup>93</sup> vgl. ARD, o.J.b

<sup>94</sup> ARD, o.J.c

<sup>95</sup> FOCUS Online, 1996

<sup>96</sup> vgl. Krüger, o.J.

<sup>97</sup> vgl. Gödecke, 2012

nicht offizieller Sponsor des Events sind, sich zu präsentieren. Hierzu greifen viele auf das sogenannte Ambush-Marketing<sup>98</sup> zurück. Obwohl der Sportartikelhersteller Reebok 1996 einer der offiziellen Sponsoren ist, bringen die Menschen eher den Konkurrenten Nike mit den Atlanta-Spielen in Verbindung. Dieser mietet nicht nur große Werbeflächen im Stadtzentrum und verteilt Flaggen an die Zuschauer, er eröffnet auch einen übergroßen Nike-Center in unmittelbarer Nähe zum Stadion. Und auch der deutsche Konkurrent Puma zeigt sich präsent: Zu einer Pressekonferenz erscheint der 100-m-Sprinter Linford Christie mit Puma-Kontaktlinsen (siehe Abbildung 3). Sprintkollegin Merlene Ottey tritt das 200-m-Finale mit Puma-Ohrringen an.<sup>99</sup>



Abbildung 3: Linford Christie

(Quelle: Puma (2012). *Historical Pictures. Linford Christie, 1996*. URL: <http://about.puma.com/category/press/img-archive/historical-pix> [Stand 24.06.2013])

Der Finanzplan spricht im Vorfeld von monetären Ausgaben in Höhe von 1,52 Milliarden Dollar.<sup>100</sup> Erstmals treten mehr als 10.000 Athleten bei den Spielen an, rund drei Millionen Zuschauer verfolgen die Spiele live in den Hallen und Stadien Atlantas. 108 Millionen Dollar werden im Vorfeld für die Sicherheitsmaßnahmen der Spiele, darunter 30.000 Polizeibeamte, 1.000 Überwachungskameras und Ausweise mit Elektronikchips, ausgegeben. Am neunten Wettkampftag ein Bombenanschlag mitten im Herzen der Stadt: Zwei Menschen kommen ums Leben, 111 werden schwer verletzt.<sup>101</sup> Auch in Atlanta werden die Spiele trotz des Anschlags

---

<sup>98</sup> Marketingform, bei der ein werbetreibendes Unternehmen von der medialen Aufmerksamkeit eines (Groß-) Ereignisses profitiert, ohne selbst offizieller Sponsor zu sein.

<sup>99</sup> vgl. Ruda; Klug, 2010: S. 186

<sup>100</sup> vgl. Olympia-Lexikon, o.J.

<sup>101</sup> vgl. Pitzke, 2007

fortgesetzt. Diese dauern aufgrund profitabler TV-Übertragungen sogar einen Tag länger als gewöhnlich.<sup>102</sup>

An der Organisation der Olympischen Spiele 2012 in London sind rund 200.000 Menschen, darunter über 6.000 im Mitarbeiterstab, 70.000 Volontäre und 100.000 Unternehmer aus Bau-firmen, Lieferanten, Vertragspartnern etc., beteiligt. Alleine den 2,5 km<sup>2</sup> großen Olympiapark – in seiner Größe etwa vergleichbar mit 357 Fußballfeldern – besuchen täglich bis zu 180.000 Menschen. Doch hier finden u.a. „nur“ die Leichtathletik- und Schwimmwettkämpfe sowie Eröffnungs- und Abschlussfeier statt. Viele weitere Wettkämpfe wie Rudern, Reiten, Fechten oder Volleyball werden an anderen Lokalisationen in und rund um London ausgetragen. 8,8 Millionen Tickets stehen den Besuchern der Spiele zum Verkauf.<sup>103</sup> Bei der Bewerbung um die Spiele kalkuliert die Stadt London die Gesamtkosten geradezu auf „kümmerliche“ 2,4 Milliarden Pfund. Die im Anschluss offiziell genannten Kosten von 9,3 Milliarden Pfund werden bereits vor Beginn der Spiele um zwei Milliarden überschritten und liegen somit umgerechnet bei 13,3 Milliarden Euro.<sup>104</sup> Apropos Kosten: Die Fastfood-Kette McDonald's errichtet zu den Olympischen Spielen in London seine mit 1.500 Sitzplätzen bislang größte Filiale weltweit – doch nur für sechs Wochen während des großen Publikumsaufkommens, denn das Holzgebäude wird im Anschluss direkt wieder abgerissen und die Materialien zu 75 % recycelt.<sup>105</sup> Auch in die Eröffnungs- und Abschlussfeier wird mächtig investiert: Für die drei- bis vierstündige Show nehmen neben der britischen Königsfamilie diverse Hollywood-Stars und rund 130 Staatsoberhäupter aus aller Welt auf der Ehrentribüne Platz. 15.000 Statisten verbildlichen choreografisch die Geschichte Großbritanniens, Auftritte des Londoner Symphonieorchesters, Rowan Atkinson alias Mr. Bean und Paul McCartney begleiten die Veranstaltungen auf musikalischer Ebene. Auch für die Abschlussfeier werden musikalische Größen wie George Michael oder Take That auf die Bühne geholt. Alleine in die Eröffnungsfeier werden rund 34 Millionen Euro investiert, 62.000 Zuschauer verfolgen das „Sportereignis“, das zurecht in Anführungszeichen stehen muss, live im Stadion, bis zu vier Milliarden Menschen weltweit vor den TV-Geräten.<sup>106</sup>

Es scheint nicht nur so, als würden sich die Nationen nicht einzig des Sportes wegen um die Austragung Olympischer Spiele im eigenen Land bewerben. Vielmehr möchten Sie dadurch eigene Entwicklungen fördern, die Infrastruktur ausweiten, Touristen anlocken, auf sich aufmerksam machen.<sup>107</sup> Auf sich aufmerksam machen die Olympischen Spiele auch insofern, indem permanent neue olympische Bräuche eingeführt werden. Die olympische Flagge beispielsweise existiert seit den Sommerspielen in Antwerpen 1920, das olympische Feuer seit 1928 in Amsterdam. 1932 wird die Dauer der Spiele erstmals auf zwei Wochen begrenzt, ebenso entsteht im selben Jahr das dreistufige Siegerpodest. Den Fackellauf gibt es seit 1936, die

---

<sup>102</sup> vgl. Olympia-Lexikon, o.J.

<sup>103</sup> vgl. Olympic.org, 2012b

<sup>104</sup> vgl. SPIEGEL Online, 2012b

<sup>105</sup> vgl. Laurie, 2012

<sup>106</sup> vgl. SPIEGEL Online, 2012a; vgl. SPIEGEL Online, 2012c

<sup>107</sup> vgl. Behringer, 2012: S. 376 f.

seit der ersten Spiele der Neuzeit existierende olympische Hymne wird vom IOC erst 1958 zur Offiziellen erklärt. Das Olympia-Maskottchen sorgt seit 1968 (Winterspiele in Grenoble) für die Umwerbung der Spiele.<sup>108</sup>

Zur sportlichen Entwicklung sei abschließend noch würdigend anzumerken, wie Jahr für Jahr neue Weltrekorde und sportliche Bestleistungen aufgestellt werden. Zwar werden sportliche Erfolge heutzutage oftmals automatisch mit dem Thema „Doping“ assoziiert, vermutlich auch zu Recht, denn die Vergangenheit hat gezeigt, wie schnell Fairness gegenüber dem sportlichen Erfolg in den Hintergrund treten kann. Trotz alledem kann heutzutage mit Sicherheit aufgrund ausgefeilter Trainingsmethoden, verbesserter sportlicher Fitness sowie technologischer Entwicklungen effektiver trainiert werden. Hinzu kommt, dass es sich beim medienpräsenten Sport heutzutage um Profisportler handelt, die ihre „Disziplin“ als Beruf ausüben und nicht mit den Amateursportlern früherer Zeiten vergleichbar sind.

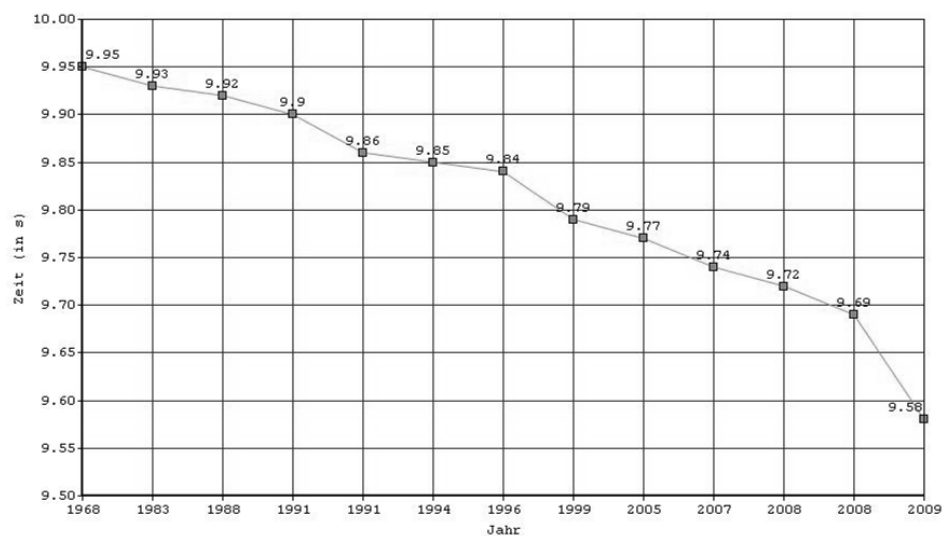


Abbildung 4: Weltrekorde beim 100-m-Lauf der Herren von 1968-2009

(Quelle: in Anlehnung an: BlogSchafftWissen – WissenSchafftBlog (2008). *Usain Bolts 100-m-Weltrekord: 9,69 s von der technischen Seite*. URL: <http://blog.safog.com/2008/08/25/usain-bolts-100-m-weltrekord-von-der-technischen-seite/> [Stand 26.06.2013]; in Anlehnung an: The Guardian (2009). *Usain Bolt breaks world record in time of 9,58s to win 100m gold in Berlin*. URL: <http://www.guardian.co.uk/sport/2009/aug/16/usain-bolt-world-record-100m-world-athletics-championships> [Stand 26.06.2013])

Immer wieder werden alte Weltrekorde im 100-m-Lauf der Herren „unterboten“, 1991 und 2008 sogar innerhalb desselben Jahres. Mit Ausnahme eines Kanadiers (Donovan Bailey, Atlanta 1996) tauchen in der Weltrekordliste seit 1968 (bzw. sogar seit 1964) ausnahmslos US-

<sup>108</sup> vgl. ebd.: S. 289 f.

Amerikaner und Jamaikaner auf.<sup>109</sup> Seit 2009 hält den Weltrekord der Jamaikaner Usain Bolt mit 9,58 Sekunden.<sup>110</sup>

Die obigen Werte sind allesamt elektronisch gestoppte Zeiten. Doch nicht schon immer ist die Technik so weit und das Regelwerk so klar. Beim Fußball ist es seit Beginn unstrittig, dass derjenige gewinnt, der die meisten Tore schießt. Das lässt sich schon immer zählen. Anders sieht es beim Turnen oder Turmspringen aus. Bei der 1904 ausgeführten Disziplin „Kopfsprung“ hatte zur damaligen Zeit derjenige gewonnen, der nach dem Eintauchen am längsten unter Wasser geblieben ist. Auch heute noch ist es für Laien eher schwierig zu beurteilen, wer beim Synchronspringen, Eiskunstlauf oder Bodenturnen gewonnen hat, da hier schlecht objektivierbare Kriterien wie Körpersprache oder Ästhetik ausschlaggebend für die Wertung sind.<sup>111</sup> Ein Manko der früheren technischen Begebenheiten zeigt das Paradebeispiel der Olympischen Spiele 1976 in Montreal: Die rumänische Ausnahmeturnerin Nadia Comăneci holt im Alter von 14 Jahren bereits fünf olympische Medaillen, davon dreimal Gold. Am Barren erreicht sie als erste Turnerin die Höchstnote 10,0 – und das gleich sieben Mal. Nicht nur die Punktrichter zwingt Comăneci in die Knie, sondern auch die Anzeigetafeln versagen bei diesem Ergebnis. Diese sind zum damaligen Zeitpunkt noch nicht darauf ausgelegt, zwei Ziffern vor dem Komma abzubilden. So geht zunächst ein kurzes Raunen, anschließend aber großer Beifall durch das Publikum, als die Wertung 1,00 auf der Anzeigetafel aufleuchtet.<sup>112</sup>

### 3.1.2 Entwicklung der Berichterstattung

Man sollte meinen, wenn es um die Einführung neuer olympischer Sportarten geht, hat das etwas mit dem organisatorischen Drumherum zu tun. Doch ist das heute nicht mehr ganz der Fall. Heute zahlen die Medien für TV-Rechte Beträge in Millionenhöhe und erwarten dafür im Gegenzug professionelle Leistungen der Sportler. Diese werden in technisch und gestalterisch anspruchsvoller Art und Weise den Zuschauern an den Bildschirmen präsentiert. So spielt heute vor allem die Dramaturgie eine Rolle, wenn die Sportkommentatoren energisch das Spielgeschehen verfolgen oder die Regie Nahaufnahmen präsentiert, die mit Freude oder Trauer für Emotionalität stehen. Zudem hat die Sportberichterstattung einen zunehmend unterhaltenden Charakter. Mit Interviews, Gewinnspielen oder den Vor- und Nachberichten wandeln die Sportberichterstattungen immer mehr zum sogenannten Infotainment-Format – die Kombination aus Unterhaltung und Information.<sup>113</sup>

Die Medien haben also ein gewisses Mitspracherecht beispielsweise darüber, welche Sportart olympisch wird und welche nicht oder welche sogar zu einer nicht-olympischen absteigt. Die

---

<sup>109</sup> vgl. BlogSchafftWissen – WissenSchafteBlog, 2008

<sup>110</sup> vgl. The Guardian, 2009

<sup>111</sup> vgl. Behringer, 2012: S. 332 f.

<sup>112</sup> vgl. Main-Netz, 2012

<sup>113</sup> vgl. Scheid; Prohl, 2009: S. 166 f.

Medien legen ihr Programm vermehrt auf das junge Publikum aus, so scheint es auch der Sport bzw. das IOC in Bezug auf die Olympischen Spiele zu tun. Unterschiedliche Kriterien werden von dem Komitee zunehmend berücksichtigt, darunter die TV-Quoten, die visuelle Attraktivität und die weltweite Verbreitung. „Neuolympische“ Sportarten wie BMX, Beachvolleyball oder Snowboardcross sind jung, dynamisch und liefern attraktive Fernsehbilder. Andersrum steht das Ringen als eine der ältesten olympischen Disziplinen vor dem Aus. Im Gegenzug soll für die Sommerspiele 2020 eine neue Sportart das olympische Terrain betreten. Zur Auswahl hierfür steht u.a. Softball, Rollschuhsport, Squash oder Wakeboarden. Bleibt die Frage: Möchte das IOC wirklich von sich aus „jünger“ werden? Oder ist es lediglich der Wunsch der Medien, dem der Sport sich ergeben muss? <sup>114</sup>

Tatsache ist jedoch, dass mit der Ausweitung des Gesamtumfangs der Olympischen Spiele ebenso natürlich das Ausmaß der medialen Berichterstattung kontinuierlich anwächst. Das zeigen einerseits die steigenden Kosten für Übertragungsrechte im Fernsehen, ebenso die zunehmende Zahl an Medienvertretern sowie die Dauer und Formen der Übertragungen.

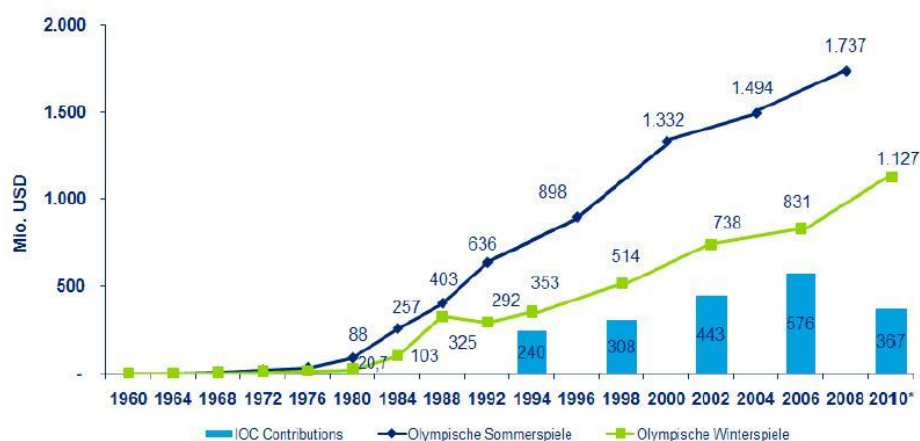


Abbildung 5: TV-Einnahmen des IOC bei Olympischen Sommer- und Winterspielen

(Quelle: Deloitte (2009). *Olympisches Wachstum. Die wirtschaftliche Entwicklung der Olympischen Winterspiele*. URL: [http://members.gaponline.de/spd/ov-gap/aktuell/aktuell\\_09\\_11\\_10\\_olympiabewerbung2018\\_deloitte.pdf](http://members.gaponline.de/spd/ov-gap/aktuell/aktuell_09_11_10_olympiabewerbung2018_deloitte.pdf) [26.06.2013], S. 12)

<sup>114</sup> vgl. Hungermann, 2013



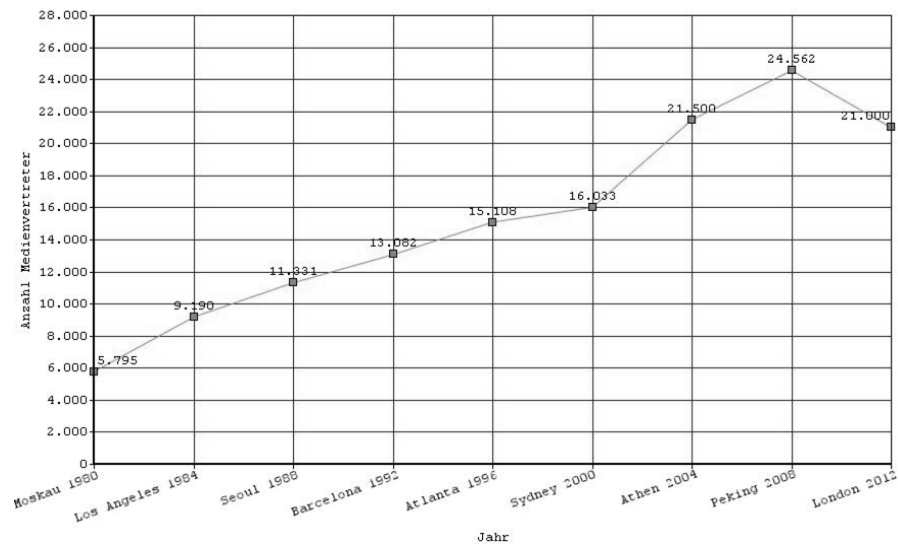


Abbildung 6: Anzahl an Medienvertretern bei den Olymp. Spielen von 1980-2012

(Quelle: in Anlehnung an: Olympic.org (2012). *Olympic Games*. URL: <http://www.olympic.org/olympic-games> [Stand 26.06.2013])

Jahr	Sendezeit „Sport“ in Stunden	
	ARD	ZDF
1953	115,7	-
1954	140,3	-
1955	127,4	-
1956	161,5	-
1957	156,8	-
1958	202,6	-
1959	257,8	-
1960	310,0	-
1961	310,1	-
1962	286,4	-
1963	265,5	189,9
1964	349,8	371,9
1965	233,8	279,8
1966	272,3	333,5
1967	230,3	249,5
1968	342,8	304,6
1969	207,1	258,4
1970	240,5	285,5
1971	202,0	264,4
1972	334,0	362,0
1973	224,2	245,4
1974	185,7	301,4
1975	176,9	230,8

Tabelle 2: Entwicklung der Berichterstattung bei ARD und ZDF 1953 bis 1975

(Sendezeit in Stunden; Quelle: Schwier, Jürgen (Hg., 2002). *Mediensport. Ein einführendes Handbuch*. Hohengehren: Schneider Verlag, S. 106)

Abbildung Nr. 5 zeigt die TV-Einnahmen des IOC bei den Olympischen Sommer- und Winterspielen. Diese liegen bei den Sommerspielen grundsätzlich höher, da sie aufgrund der Fülle an Sportarten mehr Interessenten haben und somit den TV-Sendern dauerhaft bessere Quoten bringen. Ein deutlicher Anstieg beider Kurven lässt sich vor allem ab 1992 feststellen – in diesem Jahr finden die Sommer- und Winterspiele letztmalig im gleichen Jahr statt. Abbildung 6 stellt die Entwicklung der Anzahl an Medienvertretern bei den Olympischen Spielen von 1980-2012 dar. Auch diese verzeichnet einen erwartungsgemäß deutlich zu erkennenden Anstieg, einzig 2012 sinkt die Zahl der Medienvertreter wieder ein wenig ab – aus Kostengründen. Tabelle 2 bezieht sich auf Werte der Jahre 1953-1975. Sie zeigt die Entwicklung der Sportberichterstattung bei den Öffentlich-Rechtlichen Sendern ARD und ZDF (Sendezeit in Stunden). Die Werte steigen nur sehr unregelmäßig an, weisen jedoch in den Jahren sportlicher Großevents Spitzenwerte auf. Beispiel: Im Jahr 1971 strahlen ARD und ZDF 202,0 bzw. 264,4 Stunden Sport aus. Ein Jahr später, zu den Olympischen Spielen in München, liegen diese Werte bei 334,0 bzw. 362,0 Stunden. Zum Vergleich: 2011 überträgt die ARD 557 Stunden, das ZDF rund 457 Stunden Sport.<sup>115</sup>

Ein weiterer Faktor ist die steigende Anzahl der Länder, die von den Olympischen Spielen berichten und somit ihrem internationalen Publikum ein umfassenderes Sportprogramm bieten möchten. Auch hierzu zwei Tabellen zur weltweiten Broadcast-Entwicklung der Olympischen Sommer- und Winterspiele von 1936-2010: In der Regel interessieren sich mehr Länder an der Übertragung der Sommerspiele, nur zu Beginn der Austragung der Winterspiele liegen letztere knapp vorne. 1960 übertrugen 21 Länder die Sommerspiele aus Rom, 27 zeigen die Winterspiele aus Squaw Valley. Fortschreitend erreichen die Sommerspiele schnell die 100-Marke (Montreal 1976). Doch auch die Winterspiele entwickeln sich vor allem ab 1994 enorm. Aus Peking 2008 und Vancouver 2010 übertragen jeweils 220 Länder – Gleichstand.

---

<sup>115</sup> vgl. Rühle, 2012: S. 560

Olympic Games	Number of Countries/ Territories Broadcasting
1936 Berlin	1
1948 London	1
1952 Helsinki	2
1956 Melbourne	1
1960 Rome	21
1964 Tokyo	40
1968 Mexico City	n/a
1972 Munich	98
1976 Montreal	124
1980 Moscow	111
1984 Los Angeles	156
1988 Seoul	160
1992 Barcelona	193
1996 Atlanta	214
2000 Sydney	220
2004 Athens	220
2008 Beijing	220

*Tabelle 3: Olympic Games: Countries Broadcasting*

(Quelle: International Olympic Committee (2012). *Olympic Marketing Fact File*. URL: [http://www.olympic.org/Documents/IOC\\_Marketing/OLYMPIC-MARKETING-FACT-FILE-2012.pdf](http://www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/OLYMPIC-MARKETING-FACT-FILE-2012.pdf) [Stand 28.06.2013], S. 22)

Olympic Winter Games	Number of Countries/ Territories Broadcasting
1956 Cortina	22
1960 Squaw Valley	27
1964 Innsbruck	30
1968 Grenoble	32
1972 Sapporo	41
1976 Innsbruck	38
1980 Lake Placid	40
1984 Sarajevo	100
1988 Calgary	64
1992 Albertville	86
1994 Lillehammer	120
1998 Nagano	160
2002 Salt Lake City	160
2006 Torino	200
2010 Vancouver	220

*Tabelle 4: Olympic Winter Games: Countries Broadcasting*

(Quelle: International Olympic Committee (2012). *Olympic Marketing Fact File*. URL: [http://www.olympic.org/Documents/IOC\\_Marketing/OLYMPIC-MARKETING-FACT-FILE-2012.pdf](http://www.olympic.org/Documents/IOC_Marketing/OLYMPIC-MARKETING-FACT-FILE-2012.pdf) [Stand 28.06.2013], S. 22)

Doch nicht nur lokal, sondern auch medial weitet sich die Sportberichterstattung immer weiter aus – zunehmend wird auch die Online-Berichterstattung ausführlicher. Dies stellt man schon dann fest, wenn man einmal den Test macht und nacheinander „Olympische Spiele“ mit einer entsprechenden Jahreszahl im Google-Suchfeld eingibt und auf die Anzahl der Ergebnisse achtet. Diese sind selbstverständlich bei den Spielen in London 2012 (Anzahl Ergebnisse: 4.030.000) deutlich höher als z.B. 2000 in Sydney (765.000). Selbstverständlich ist dies kein eindeutiger Beleg, da die Zahl der Suchergebnisse ständig variiert. Jedoch zeigen die Ergebnisse eine Tendenz auf, die zweifelsohne vorhanden ist. Eine viel deutlichere Sprache spricht hingegen der Fakt, dass die großen Sportereignisse auch online verfolgt werden können, anfangs nur in Form von so genannten Live-Tickern, seit 2006 auch als Bewegtbild in den Onlinemediatheken der übertragenden Sender. Da der Trend bekanntlich zum Onlinemedium geht bzw. dieser in einigen Generationen schon dort angekommen ist, richten sich die Sender zunehmend auch in der Sportberichterstattung danach. Bis 2010 hatten die verantwortlichen Sender ARD und ZDF zeitweise ihre Spartensender EinsPlus oder ZDFinfo dazu verwendet, um zusätzlich zum sportlichen Programm auf den Hauptsendern weitere Wettbewerbe übertragen zu können. Während der Spiele in London 2012 stellen ARD und ZDF zusammen sechs Onlinekanäle zur Verfügung, die am Tag bis zu 60 Stunden Live-Sport bieten. Somit addieren sich zu den 260 Stunden in den Hauptprogrammen an 16 Wettkampftagen zusätzliche 900 Stunden Sport im World Wide Web und die TV-Berichterstattung aus London macht nur noch rund 23 % der gesamten Live-Berichte aus.<sup>116</sup> 1996 wird das Internet erstmals im Rahmen der Olympischen Spiele eingesetzt. Zwei Jahre später besitzen viele Sportverbände bereits ihre eigene Homepage.<sup>117</sup> Alle wissenswerten aktuellen sowie vergangenen Daten und Fakten zu den Teilnehmerstaaten, Sportlern, Sportarten und Disziplinen lassen sich zusätzlich zu einer Bild- und Videodatenbank von nun an auf der offiziellen Homepage der Olympischen Spiele abrufen und nachlesen. Die Winterspiele in Salt Lake City 2002 sind das erste olympische Ereignis, das zudem eine eigene Homepage mit erweiterten Informationen und Hintergrundberichten anbietet. Seit 2006 ist das IOC auch mit einem eigenen YouTube-Channel online vertreten und bietet dort dem Nutzer zusätzliche Videofeatures. Darüber hinaus besitzen die Olympischen Winter- und Sommerspiele selbst seit Turin 2006 einen eigenen YouTube-Kanal. Um nun auch noch der Philosophie nachzugehen vermehrt das junge, „sozial aktive“ Publikum zu erreichen, sind die Olympischen Spiele, die dazugehörigen Verbände wie auch die Sportler selbst in den sozialen Netzwerken Facebook und Twitter aktiv.<sup>118</sup> Knapp ein Drittel der deutschen Olympiateilnehmer von 2012 sind auf Facebook vertreten, ein Viertel bei Twitter. Der DOSB ermuntert die eigenen Athleten sogar dazu, online aktiv zu sein und den Fans regelmäßig „Futter“ zu geben. Doch ebenso sei Vorsicht geboten, vor allem als Social Media-Neuling. „Denn ein unbeachtetes Wort – und der Spott der Internetgemeinde ist so sicher wie der Regen in London.“<sup>119</sup>

---

<sup>116</sup> vgl. WAZ, 2012

<sup>117</sup> vgl. Steinbrecher, 2009: S. 174

<sup>118</sup> vgl. Olympic.org, 2012c

<sup>119</sup> Kölner Stadt-Anzeiger, 2012

Die Olympischen Spiele 1936 in Berlin gelten seinerzeit als das größte Ereignis in sportlicher und medialer Hinsicht. Rund 2.000 Medienvertreter aus 59 Ländern, 120 Berichterstatter von 41 Rundfunkanstalten, 125 Fotografen und 300 Funktechniker sind in Berlin vor Ort. Doch gelten vor allem die Tageszeitungen in dieser Zeit noch als stärkstes und präsentestes Medium, nicht etwa das Fernsehen. Dieses hat eine noch zu geringe Streuweite und erreicht viele Menschen nur beim schon damals existierenden Public Viewing in einer der 28 Fernsehstuben oder in Form der Wochenschauen, die in den Kinos regelmäßig vor den Filmen gezeigt werden. Insgesamt 138 Stunden Sendezeit werden den (noch) wenigen Fernsehzuschauern aufgetischt. Dabei laufen die Aufnahmen etwas anders ab, als wir es heute kennen: Der Reporter kommentiert die Geschehnisse und gibt dem Kameramann quasi vor, was bildlich von Bedeutung ist. Die Kamera richtet sich also ausschließlich an den Erzählungen des Sprechers aus. Heute ist es umgekehrt, das Bild ist die Grundlage und der Kommentator kommentiert anhand dessen das Geschehnis.<sup>120</sup>

Auch zur Olympiade 1952 hat sich das Medium Fernsehen noch nicht endgültig durchgesetzt. So stehen auch hier die Radioberichterstattung sowie die der Tageszeitungen im Vordergrund. Erst 1956 in Melbourne etabliert sich das Fernsehen langsam als Hauptmedium der Berichterstattung. Weltweite, kostenpflichtige Fernsehübertragung existiert seit den Sommerspielen 1960 in Rom. Damals liegen die Übertragungskosten noch bei überschaubaren 400.000 Dollar. 8 Jahre später (Mexiko City, 1968) zahlt die amerikanische Firma ABC 4,5 Mio. Dollar für die Übertragung in den USA, 1988 in Seoul bereits 330 Mio. Dollar. Im Vergleich dazu: Die Übertragungskosten in Europa liegen 1988 bei 30 Mio. Dollar (~23 Mio. Euro). In London 2012 verbucht das IOC insgesamt 3,5 Milliarden Dollar allein aus dem Verkauf der TV-Rechte. Dieser „Wettstreit“ ermöglicht dem IOC, die Olympischen Spiele immerzu bekannter zu machen. Das dadurch wachsende Interesse am Sport in den Medien veranlasst zudem Unternehmen, vermehrt Werbeblöcke zu kaufen, um die eigenen Produkte zu umwerben – ein Kreislauf, aus dem das IOC als Gewinner hervorgeht.<sup>121</sup>

Zwar erreicht die Zahl der Medienvertreter in München (und Kiel, dort finden 1972 die Wettkämpfe im Segeln und der Demonstrationssportart Wasserski statt) mit 4.250 nicht ganz den Wert der vorherigen Spiele in Mexiko, doch in gewisser Weise verbucht dieser auch einen Anstieg. Im Vergleich zu vorher nimmt die Abteilung der Radio- und Fernsehjournalisten mit 1.200 Vertretern bereits einen wesentlich größeren Anteil ein. Hierbei spielt die voranschreitende Verbreitung des Farbfernsehens natürlich eine bedeutende Rolle.<sup>122</sup> Bei den Olympischen Spielen 1968 in Mexiko werden weltweit 600 Mio. Fernsehzuschauer geschätzt, 1984 in Los Angeles sind es 900 Mio., 3 Milliarden in Seoul 1988 und sogar 3,5 Milliarden vier Jahre später in Barcelona.<sup>123</sup>

---

<sup>120</sup> vgl. Fuhrer, 2011: S. 133 ff.

<sup>121</sup> vgl. Behringer, 2012: S. 375 f.

<sup>122</sup> vgl. Schiller; Young, 2012: S. 85 f.

<sup>123</sup> vgl. Tomlinson, 2005: S. 14

1.200 Kilometer Kabel und vier Satelliten sind 1972 dafür verantwortlich, dass allen bis auf drei der Teilnehmerstaaten, den insgesamt eine Milliarde Zuschauern weltweit, die Wettkämpfe der Olympischen Spiele in München auf den TV-Bildschirm übertragen werden können. 152 Kameras und 84 Aufzeichnungsgeräte sorgen für das visuelle Einfangen der parallel ausgetragenen Wettbewerbe in den unterschiedlichen Sportarten. Die technischen Fähigkeiten sind 1972 so weit fortgeschritten, dass kein Sprung, kein Wurf „verpasst“ wird, während zeitgleich beispielsweise eine wichtige Entscheidung aus dem Schwimmstadion übertragen wird.<sup>124</sup> Ohne die Medien, vor allem aber das Fernsehen, wäre an einen solch ökonomischen Erfolg nicht zu denken gewesen. Die erstmals privat finanzierten Spiele 1984 in Los Angeles charakterisieren die olympische Bewegung von Grund auf neu und schaffen die Basis für zukünftige Sportereignisse. Jedoch entwickelt sich der Spitzensport dahingehend auch zur Medienabhängigkeit, was nicht nur zur Folge hat, dass das sportliche Geschehen in den Hintergrund rückt, sondern die Sportler zudem unter einem wachsenden wirtschaftlichen Erfolgsdruck zu stehen beginnen.<sup>125</sup>

2012 setzen die Öffentlich-Rechtlichen erstmals vermehrt auf die Online-Berichterstattung. Sie bieten dem Nutzer somit ein umfassendes Sportprogramm von insgesamt rund 900 Stunden Berichterstattung auf mehreren parallel laufenden Onlinekanälen, bei dem der Nutzer seinen Inhalt selbst wählen kann. Wird beispielsweise im TV-Hauptprogramm Leichtathletik übertragen, der Zuschauer möchte aber viel lieber einen anderen Wettkampf sehen, so muss er sich nicht mit dem einen Programm zufrieden geben oder auf eine Zusammenfassung am Abend warten, sondern kann seinen Wunschinhalt online live verfolgen. Diese moderne Lösung bietet dem Sportfan nicht nur eine Fülle an Material, sondern ist ebenso kostengünstiger als – wie bisher – die digitalen TV-Unterprogramme zusätzlich zum Hauptprogramm für Sportübertragungen zu verwenden. Eine weitere Kostenersparnis bringt der verminderte Einsatz von Medienvertretern vor Ort. Knapp 700 Korrespondenten schicken ARD und ZDF 2008 noch nach Peking, in London sind insgesamt nur noch 480 Redakteure und technische Mitarbeiter vor Ort.<sup>126</sup> In eine andere Richtung entwickelt sich hingegen die technische Komponente. 50 Kameras sind in Rom 1960 im Einsatz, 1968 in Mexiko sind es bereits 70. In den 70er Jahren geht der Trend, weg von den Film-, hin zu den mobilen, elektronischen Kameras. Hinzu kommt, dass die Kameras immer kleiner und mobiler werden, sodass diese eine höhere Flexibilität in der Bildführung ermöglichen. Mitte der 80er Jahre setzt sich die elektronische Kamera endgültig durch und sorgt dafür, dass 1984 erstmals keine Laboratorien zur Filmentwicklung mehr benötigt werden. 1992 werden bereits 578 Kameras eingesetzt.<sup>127</sup>

Bei der Übertragung aus Sydney 2000 ist vor allem die Zeitverschiebung schuld daran, dass die Quoten von ARD und ZDF im Keller liegen. Dabei starten die Spiele mit der sechsstündigen Übertragung der Eröffnungsfeier freitags morgens um 9.00 Uhr mit überraschend guten Werten von 54,5 % Marktanteil und 3,97 Millionen Zuschauern. Bei der Zusammenfassung am Abend

---

<sup>124</sup> vgl. Schneider, 1972: S. 109

<sup>125</sup> vgl. Krüger, 2010a: S. 277

<sup>126</sup> vgl. WAZ, 2012

<sup>127</sup> vgl. Steinbrecher, 2009: S. 173

schalten sogar 6,56 Millionen Zuschauer ein. Während der nächtlichen Liveübertragungen in den Öffentlich-Rechtlichen halten sich im Schnitt nur 500.000 Zuschauer wach, erst in den frühen Morgenstunden erreichen die Werte wieder die Millionengrenze. Auch während der Zusammenfassungen zwischen 15.00 Uhr und 17.00 Uhr lockt das ZDF nur 1,78 Millionen Zuschauer (19,5 % Marktanteil) vor den Bildschirm. Zur Zusammenfassung in der Primetime nach den 19.00 Uhr-Nachrichten schalten nur 2,72 Millionen Zuschauer (10,3 %) bei Olympia ein. Nur selten schaffen es ARD und ZDF mit ihren Berichten aus Sydney in dieser Zeit in der Quoten-Top-Ten vertreten zu sein.<sup>128</sup> Anders läuft es hingegen im Netz: Während der Wettkampftage liegen die Olympiaangebote *NBCOlympics.com*, *olympics.com* und *sports.yahoo.com* in der Reihe der weltweit meistbesuchten Websites auf den Rängen eins bis drei.<sup>129</sup> 2002 sehen die TV-Quoten besser aus, in Salt Lake City profitieren die deutschen Fernsehanstalten von den Übertragungszeiten und verzeichnen Bestwerte von 10,08 Mio. Zuschauern beim Eisschnelllaufen und 13,73 Mio. beim Skispringen.<sup>130</sup> 2004 beschenken vor allem die Volleyballer der ARD und dem ZDF Bestwerte: Das Vorrundenspiel der Volleyballerinnen gegen die USA verfolgen 5,6 Millionen, das Männerduo Dieckmann/Reckermann im Beachvolleyball sehen 5,81 Millionen Zuschauer. Somit liegt das ZDF zur Primetime mit 22,1 % Marktanteil an diesem Montagabend auf Platz 1.<sup>131</sup> Die besten Gesamtquoten holen die Eröffnungs- und Schlussfeier mit 13,2 bzw. 9,91 Mio. Zuschauern.<sup>132</sup> Ähnlich auch in Turin 2006 und Peking 2008: 8,9 Mio. Zuschauer sorgen an den Fernsehern während der Eröffnungsfeier in Turin für hervorragenden Marktwert von 27,1 % und den Tagessieg.<sup>133</sup> In Peking beschenken 7,71 Millionen Menschen der ARD einen Marktanteil von 52,4 %, die Abschlussfeier im ZDF erreicht 28,9 % Marktanteil (4,66 Mio.). In sportlicher Hinsicht liegen Kunstturnen (4,33 Mio./36,6 %) und Rudern (4,33 Mio./35,1 %) 2008 an vorderster Stelle. Die im Vergleich besseren Quoten von 2004 sind (abermals) auf die sechs Stunden Zeitverschiebung von Peking nach Deutschland zurückzuführen.<sup>134</sup> In den USA gilt die Eröffnungszeremonie aus Peking sogar zu den Quotenstärksten aller Zeiten. Und das, obwohl der US-Sender NBC die Show erst 14 Stunden später zur eigenen Primetime zeigt. Der Grund: die erhöhten Werbeeinnahmen, die zur besten Sendezeit erzielt werden können. 34,2 Mio. US-Bürger sehen das aufgezeichnete Spektakel, andere versuchen es zur Echtzeit auf illegalen Stream-Seiten oder in schlechter YouTube-Qualität mit zu verfolgen. Und auch die Internetseite von NBC feiert Rekorde: Ganze 70 Millionen Aufrufe notiert die Homepage bereits am ersten Tag – 900 % mehr als am Eröffnungstag in Athen vier Jahre zuvor.<sup>135</sup>

In Vancouver sorgen vor allem die Biathleten 2010 für weitere Quotenerfolge. Der Staffel-Lauf der Damen begeistert auch ohne die Doppel-Olympiasiegerin Magdalena Neuner rund 10 Mio.

---

<sup>128</sup> vgl. Wirth; Mielke, 2000

<sup>129</sup> vgl. Simon, 2000

<sup>130</sup> vgl. Müller, 2002

<sup>131</sup> vgl. Deutscher Volleyball-Verband, 2004

<sup>132</sup> vgl. RP Online, 2008

<sup>133</sup> vgl. Mantel, 2006

<sup>134</sup> vgl. RP Online, 2008

<sup>135</sup> vgl. Schröder, 2008

Zuschauer (29,4 %). Auf Rang zwei und drei landen nochmals Biathlon sowie Skicross – letzteres sogar ohne deutsche Medaillenchancen.<sup>136</sup> In London 2012 heimsen erneut die Zeremonien zu Beginn und zum Schluss der Spiele die besten Quoten ein. Während die Auftaktveranstaltung im ZDF von 7,69 Mio. Deutschen (43,2 %) gesehen wird, verfolgen 5,76 Mio. Zuschauer die Abschlussfeier und sorgen damit für einen Marktanteil von 33,7 %. Auch mit einem Schnitt von 25,1 % während der Abendübertragungen (20.15 Uhr bis 00.00 Uhr) können ARD und ZDF insgesamt zufrieden sein (5,58 Mio. Fernsehzuschauer).<sup>137</sup> Das sportlich quotenstärkste Ereignis stemmen wieder einmal die Volleyballer – das Finale des deutschen Duos Brink/Reckermann gegen die Brasilianer fesselt 8,06 Mio. Zuschauer.<sup>138</sup> Trotz der zufriedenstellenden Werte sei jedoch erwähnt, dass sich die Olympischen Spiele im Sportjahr 2012 dem Fußball und der Berichterstattung der Europameisterschaft aus Polen und der Ukraine geschlagen geben müssen.<sup>139</sup>

Ebenfalls gute Werte verzeichnen die erstmals verstärkt angebotenen Online-Streams. Insgesamt 30 Millionen Mal werden die unterschiedlichen Sportangebote online genutzt.<sup>140</sup> Laut einer Erhebung des IT-Branchenverbands *BITKOM* hat jeder vierte deutsche Olympiafan neben dem Fernseher auch andere Geräte – darunter PC, Laptop, Smartphone oder Tablet – genutzt, um die Wettkämpfe live zu verfolgen. Insgesamt haben 86 Prozent der Bundesbürger Interesse an den Olympia-Wettkämpfen gezeigt, 88 % der Männer und 82 % der Frauen.<sup>141</sup>

Die sportlich und medial bedingten Entwicklungen, welche die Zeit mit sich bringt und sich in der Gesellschaft etablieren, treiben sich gegenseitig voran und machen sich im Alltag nahezu unentbehrlich. Das hat schlussendlich jedoch zur Folge, dass sich die Grenzen zwischen Sport- und Medienereignis nicht mehr eindeutig voneinander trennen lassen. Der Vorwurf, dass eine Eröffnungsfeier der Olympischen Spiele nicht mehr viel mit Sport zu tun hat, sondern vielmehr die Zuschauer mit musikalischen Liveacts und tänzerischen, theaterreifen Choreografien unterhalten möchte, lässt die Meinungen im Volksmund daher auseinander gehen. Eines ist dabei jedoch unstrittig: „Die Grenzen zwischen Sport, Business und Show verschwimmen.“<sup>142</sup>

## 3.2 Die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™

Der Schweizer Publizist Dr. phil. Ernst Reinhardt sagte einmal: „Das Schlimmste, was den Medien passieren kann, ist, dass nichts passiert.“<sup>143</sup> Vermutlich hat er mit dieser Aussage nicht ganz Unrecht, doch ist es in der heutigen Gesellschaft, in der über eine Fülle von Themen, über

---

<sup>136</sup> vgl. RP Online, 2010

<sup>137</sup> vgl. Schlüter, 2012

<sup>138</sup> vgl. Die Welt, 2012

<sup>139</sup> vgl. ebd., 2012

<sup>140</sup> vgl. HAZ.de, 2012

<sup>141</sup> vgl. BITKOM, 2012a

<sup>142</sup> Steinbrecher, 2009: S. 168

<sup>143</sup> Reinhardt, 1999, zitiert nach: Aphorismen-Archiv, o.J.



nahezu alles und jeden berichtet wird, kaum vorstellbar, dass solch ein Fall eintreten könnte. Schon gar nicht in einer Welt, in der es Sport gibt. Alle vier Jahre verdrängt die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ nahezu das gesamte restliche TV-Programm von den Bildschirmen. Mit der immer umfangreicher werdenden Präsenz in den Medien gelten der Sport, und vor allem der Fußball, im Volksmund als unantastbar. Wie medienpräsent der Fußball tatsächlich ist, zeigt die Tatsache, dass bereits darüber berichtet wird, wie sehr darüber berichtet wird – mathematisch gesehen quasi die erste Ableitung. Berichte über Quotenmessungen, Statistiken zur Entwicklung organisatorischer und medialer Veränderungen und die Frage, warum der Fußball eigentlich so populär ist, sind Teil dieses Kapitels.

### 3.2.1 Entwicklung des organisatorischen Umfangs

Stellt man sich heute die Frage, was Fußball und Rugby gemeinsam haben, so antwortet man vermutlich etwas wie: „Es sind beides Mannschaftssportarten, bei denen zwei Teams gegeneinander antreten und versuchen, mit Hilfe des „Spielballs“ mehr Punkte zu erzielen, als der Gegner. Mehr nicht.“ Stellte man die Frage noch vor 150 Jahren, so bekam man vermutlich die Antwort: „Fußball? Rugby? Ist das nicht dasselbe?“ Bis 1863 waren Fußball und Rugby in ihrer Regelauslegung und dem Spielverlauf tatsächlich identisch. Erst durch die Festlegung unterschiedlicher Regelungen, wie das Unterlassen grober Fouls und die Zuhilfenahme der Hände, wurde der Fußball zu dem, was er heute ist. Wenn auch ständig neuüberarbeitete Regelungen hinzukamen und noch immer hinzukommen.<sup>144</sup> Heute ist der Deutsche Fußball-Bund (DFB) mit rund 6,8 Mio. Mitgliedern (Stand: November 2012) der mit Abstand größte Spitzenverband im deutschen Sportgeschehen. Dieser unterteilt sich in über 25.000 Vereine und Abteilungen.<sup>145</sup> Die 1904 gegründete Fédération Internationale de Football Association<sup>146</sup> (FIFA) gilt als das höchste Organ des Weltfußballs und schließt sich aus über 200 Verbänden weltweit zusammen. Die FIFA ist dabei u.a. für die finanzielle und logistische Unterstützung der Verbände, z.B. im Rahmen einer Fußballweltmeisterschaft, zuständig.<sup>147</sup>

Das erste große Sportevent im fußballerischen Rahmen wird 1930 in Uruguay ausgetragen. Dort findet die erste Fußballweltmeisterschaft statt, bei der allerdings aufgrund der Weltwirtschaftskrise und der mangelnden Mobilitätsmittel nur 13 Mannschaften teilnehmen.<sup>148</sup> Die Entwicklung zeigt, dass vor allem zu Beginn größtenteils Mannschaften aus Europa und Amerika an den Weltmeisterschaften mitwirken. Afrika, Asien und Ozeanien stellen anfangs nur sehr selten Vertreter. Verstärkt berücksichtigt werden vor allem Afrika und Asien seit 1982 mit der Erhöhung der teilnehmenden Teams von 16 auf 24. Eine weitere Erhöhung folgt 16 Jahre später – ebenfalls aufgrund der fußballerischen Erstarkung der (vorrangig) afrikanischen Länder.

---

<sup>144</sup> vgl. Behringer, 2012: S. 273

<sup>145</sup> vgl. Deutscher Olympischer Sportbund, 2012: S. 5, 9

<sup>146</sup> deutsch: Internationale Föderation des Verbandsfußballs

<sup>147</sup> vgl. FIFA, 2013a

<sup>148</sup> vgl. Behringer, 2012: S. 313

Ozeanien ist erstmals bei der WM 1974 vertreten. Erst 2006 und 2010 gelingt es Ozeanien, einen bzw. zwei Vertreter an zwei aufeinanderfolgenden Weltmeisterschaften zu stellen. Die folgenden Tabellen und Abbildungen dokumentieren die gesamte Entwicklung der Herkunft der Teilnehmerstaaten an den Fußballweltmeisterschaften von 1930-2010 sowie die Entwicklung der Teilnehmeranzahl (inkl. 2014).<sup>149</sup>

	Gesamt	Europa	Südamerika	Nord-/Mittelamerika	Afrika	Asien	Ozeanien
1930	13	4	7	2	-	-	-
1934	16	12	2	1	1	-	-
1938	15	12	1	1	-	1	-
1942	ABGESAGT - ZWEITER WELTKRIEG						
1946							
1950	13	6	5	2	-	-	-
1954	16	12	2	1	-	1	-
1958	16	12	3	1	-	-	-
1962	16	10	5	1	-	-	-
1966	16	10	4	1	-	1	-
1970	16	9	3	2	1	1	-
1974	16	9	4	1	1	-	1
1978	16	10	3	1	1	1	-
1982	24	14	4	2	2	1	1
1986	24	14	4	2	2	2	-
1990	24	14	4	2	2	2	-
1994	24	13	4	2	3	2	-
1998	32	15	5	3	5	4	-
2002	32	15	5	3	5	4	-
2006	32	14	4	4	5	4	1
2010	32	13	5	3	6	3	2

Tabelle 5: Herkunft Nationen WM 1930-2010

(Quelle: in Anlehnung an: Sportschau (o.J.). *Fifa-WM 1930 bis 2006*. URL:  
[http://www1.sportschau.de/sportschau\\_specials/fussball/wm2014/wm\\_historie/index.html](http://www1.sportschau.de/sportschau_specials/fussball/wm2014/wm_historie/index.html) [Stand 02.07.2013])

<sup>149</sup> vgl. Sportschau, o.J.

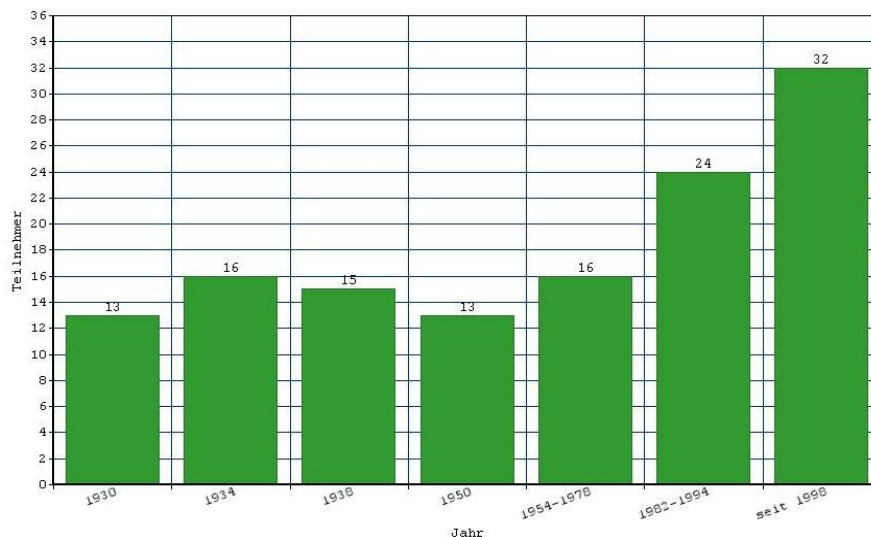


Abbildung 7: Anzahl der Teilnehmerländer der Fußball-WM (1930-2014)

(Quelle: in Anlehnung an: Sportschau (o.J.). *Fifa-WM 1930 bis 2006*. URL: [http://www1.sportschau.de/sportschau\\_specials/fussball/wm2014/wm\\_historie/index.html](http://www1.sportschau.de/sportschau_specials/fussball/wm2014/wm_historie/index.html) [Stand 02.07.2013])

Aus diesen Werten folgen zur weiteren Veranschaulichung drei Kreisdiagramme, an denen die Entwicklung der Kontinente in Bezug auf die Teilnahme an den Fußballweltmeisterschaften nochmals deutlich wird. Es lässt sich ablesen, dass die Anzahl europäischer Teilnehmerländer etwa gleich bleibt, der prozentuale Anteil derer jedoch abnimmt. 1958 sind drei Viertel der teilnehmenden Mannschaften aus Europa. Aufgrund der verstärkten Anteilnahme nord-/mittelamerikanischer, afrikanischer, asiatischer und ozeanischer Staaten liegt der prozentuale Anteil europäischer Mannschaften bei der WM 2010 nur noch knapp über einem Drittel.

■ Europa ■ Südamerika ■ Nord-/Mittelamerika

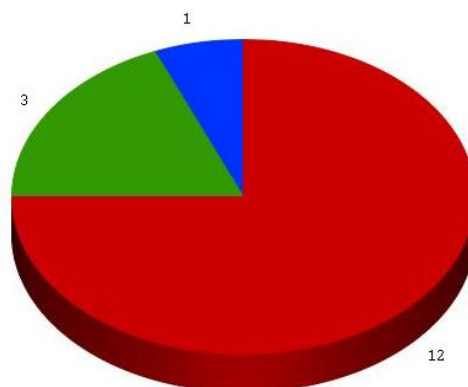


Abbildung 8: Herkunft der vertretenen Nationen bei der Fußball-WM 1958

(Quelle: in Anlehnung an: Sportschau (o.J.). *Fifa-WM 1930 bis 2006*. URL: [http://www1.sportschau.de/sportschau\\_specials/fussball/wm2014/wm\\_historie/index.html](http://www1.sportschau.de/sportschau_specials/fussball/wm2014/wm_historie/index.html) [Stand 02.07.2013])

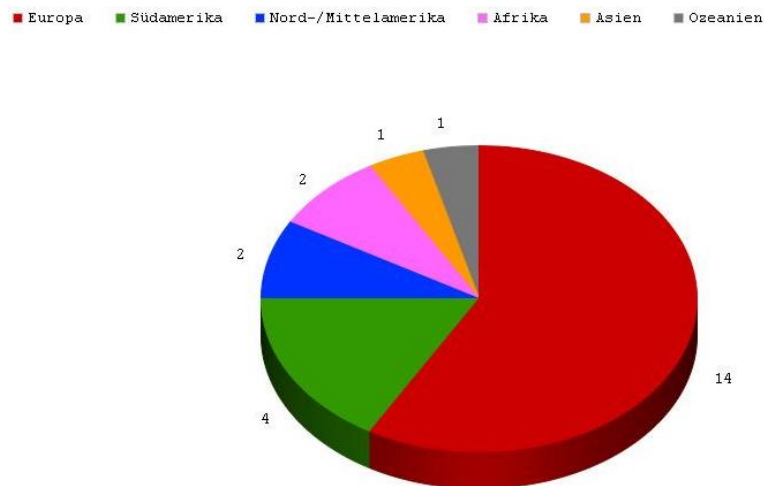


Abbildung 9: Herkunft der vertretenen Nationen bei der Fußball-WM 1982

(Quelle: in Anlehnung an: Sportschau (o.J.). *Fifa-WM 1930 bis 2006*. URL: [http://www1.sportschau.de/sportschau\\_specials/fussball/wm2014/wm\\_historie/index.html](http://www1.sportschau.de/sportschau_specials/fussball/wm2014/wm_historie/index.html) [Stand 02.07.2013])

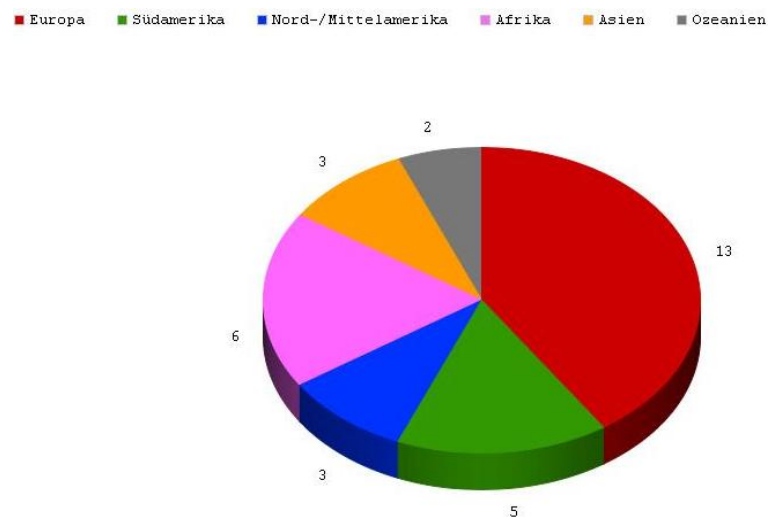


Abbildung 10: Herkunft der vertretenen Nationen bei der Fußball-WM 2010

(Quelle: in Anlehnung an: Sportschau (o.J.). *Fifa-WM 1930 bis 2006*. URL: [http://www1.sportschau.de/sportschau\\_specials/fussball/wm2014/wm\\_historie/index.html](http://www1.sportschau.de/sportschau_specials/fussball/wm2014/wm_historie/index.html) [Stand 02.07.2013])

Um das wachsende gesellschaftliche und mediale Ansehen dieses sportlichen Großereignisses zu verdeutlichen, reicht ein Blick auf die expandierende Gesamtorganisation. Bereits die dritte Fußballweltmeisterschaft (1938) ist für die FIFA ein sportlicher wie finanzieller Erfolg. Rund 7 Mio. Franc fließen schon damals in die Kassen des Organisationsverbandes. Kriegsbedingt kommt es erst im Jahr 1950 zu einem Folgeturnier. In Brasilien wird zu diesem Zweck der Fußballtempel Maracanã erbaut, der Platz für 200.000 Zuschauer bietet. Erstmals – und auch zum

einzigsten Mal in der Geschichte der Fußballweltmeisterschaft – wird der Sieger im Gruppenmodus ermittelt, es findet kein Finalspiel statt. Die Sieger der vier Gruppen bilden stattdessen die Finalgruppe, in der der Weltmeister im Jeder-gegen-Jeden-Modus ermittelt wird. Für das „Wunder von Bern“ werden ebenfalls im Vorfeld zwei neue Stadien erbaut sowie die bereits bestehenden restauriert. Dank der weltweiten Übertragung durch die Medien und den Überraschungssieg der deutschen Mannschaft gilt die WM in der Schweiz als unvergessliches Spektakel und fördert so weiterhin die Popularität des Fußballs. Die WM 1966 wird heute einzig und allein mit dem zwischenzeitlichen 3:2 der Engländer gegen die Deutschen – dem sogenannten „Wembley-Tor“ – in Verbindung gebracht. Doch auch hier werden vor Beginn sechs der sieben Stadien für rund 12 Mio. Mark renoviert. Außerdem tritt mit dem Löwen „Willie“ zum ersten Mal ein Maskottchen bei einer Fußball-WM auf.<sup>150</sup> Aus Mexiko übertragen die TV-Sender 1970 erstmals in Farbe. Und auch organisatorisch kommen Änderungen zum Tragen: Aufgrund des hohen Medieninteresses werden einige Spiele zur Empörung der Vereine zur Mittagszeit ausgetragen, so dass diese dem Publikum zu besseren Sendezeiten angeboten werden können.<sup>151</sup> Aus Respekt vor den dort herrschenden Temperaturen führt die FIFA daher die Regelung ein, zwei Spieler während des Spielverlaufes auswechseln zu dürfen.<sup>152</sup> Das Finale zwischen Brasilien und Italien verfolgen 107.000 Zuschauer live im Stadion.<sup>153</sup>

Für die WM 1974 in Deutschland werden über 200 Mio. Mark in die Renovierung der Austragungsorte sowie den Neubau zweier Stadien investiert. Das Olympiastadion in München wurde bereits zuvor im Rahmen der Olympischen Sommerspiele 1972 neu erbaut. 1974 ist nach 1950 die zweite Weltmeisterschaft der Geschichte, bei der kein Halbfinalspiel ausgetragen wird. Die Sieger der beiden Finalrunde-Gruppen stehen automatisch im Finale, die jeweils Zweitplatzierten tragen das Spiel um Platz 3 aus. Ebenfalls löst 1974 die FIFA World Cup Trophy den seit 1930 verliehenen und nach dem damaligen FIFA-Präsident benannten Jules-Rimet-Pokal als Siegetrophäe ab.<sup>154</sup> 1970 geht diese – so wurde es laut FIFA zu Beginn der WM-Historie festgelegt – nach dem dritten Weltmeistertitel einer Nation fest in den Besitz des jeweiligen Fußballverbands über. In diesem Jahr gewinnt die Seleção<sup>155</sup> aus Brasilien als erste Nation den Titel zum dritten Mal in der WM-Geschichte.<sup>156</sup> 1982 vergibt die FIFA erstmals exklusive Marketingrechte. Die Unternehmen, darunter Coca Cola und adidas, mit denen bereits seit den 1970er Jahren zusammengearbeitet wird, dürfen damit am Markt als offizieller Sponsor der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ auftreten. Heute hat die FIFA weitaus mehr Partner aus den unterschiedlichsten Branchen.<sup>157</sup>

---

<sup>150</sup> vgl. Fussballdaten.de, 2012

<sup>151</sup> vgl. Sportschau, o.J.

<sup>152</sup> vgl. FIFA, 2010: S. 2

<sup>153</sup> vgl. Sportschau, o.J.

<sup>154</sup> vgl. FIFA, 2013b

<sup>155</sup> Spitzname der brasilianischen Fußball-Nationalmannschaft; deutsch: Auswahl

<sup>156</sup> vgl. FIFA, 2010: S. 1

<sup>157</sup> vgl. ebd.: S. 3

Eine enttäuschende WM, vor allem aufgrund der niedrigen Zuschauerzahlen, lässt die FIFA erneut darüber nachdenken, das Turniersystem ein weiteres Mal zu modifizieren.<sup>158</sup> So gibt es 1986 in Mexiko zum ersten Mal ein Achtelfinale, indem jeweils die zwei Bestplatzierten sowie die vier besten Drittplatzierten der insgesamt sechs Gruppen in die Runde der besten 16 einziehen. Dieses System hat bis heute Bestand, mit dem Unterschied, dass seit der WM 1998 32 Mannschaften an der Endrunde teilnehmen und somit lediglich jeweils die zwei Bestplatzierten einer Gruppe in der K.O.-Runde gegeneinander antreten. Absoluter Zuschauerrekord bis heute wird bei der WM 1994 in den USA erreicht. Knapp 3,6 Mio. Menschen verfolgen die Spiele live in den Stadien, das macht bei 52 Partien einen Schnitt von rund 69.000 Zuschauern pro Spiel.<sup>159</sup> Zum Finalspiel wendet der Sportartikelhersteller Nike erstmals seine Königsdisziplin an: Ambush-Marketing. Er verschenkt 70.000 Baseball Caps in den brasilianischen Landesfarben. Dies hat später im Stadion-Rundumblick den Anschein, als sei Nike der offizielle Ausstatter der brasilianischen Nationalmannschaft, jedoch war es der englische Konkurrent Umbro.

Durch die bereits im Rahmen der Olympischen Spiele angesprochenen showähnlichen Übertragungen mit den dazugehörigen Interviews, Vor- und Nachberichterstattungen und Gewinnspielen hat sich inzwischen auch im Fußball eine solche Divergenz entwickelt, dass bei der WM 1998 lediglich 55 % der Gesamtsendezeit der reinen Übertragung der Spiele gelten.<sup>160</sup> Für neuen Schwung im Fußballsport soll die zwischenzeitlich eingeführte Golden Goal-Regelung<sup>161</sup> sorgen, im Rahmen der Fußball-WM betrifft sie die Jahre 1998 und 2002. In dieser Zeit werden vier Partien durch ein Golden Goal (ein Achtelfinale 1998, zwei Achtelfinals sowie ein Viertelfinale 2002) entschieden. Bereits 2004 wird die Regelung jedoch aufgrund ihrer Antipathie, die Spiele seien in entscheidenden Phasen unattraktiver geworden, wieder abgeschafft.<sup>162</sup>

Die folgenden Abbildungen unterstützen die genannten Fakten visuell und verdeutlichen nochmals die Entstehung eines gigantischen Sportevents. Sie zeigen die Anzahl der Bewerberstaaten zur jeweiligen Weltmeisterschaft, die Entwicklung der Anzahl an Stadien sowie der damit verknüpften steigenden Anzahl an Stadionbesuchern. Die Anzahl an Bewerbungen startet 1930 bei 13, erreicht 1978 erstmals die 100er-Grenze (106), 2010 sind es bereits über 200 (205, Abbildung 11). Die Anzahl der Austragungsorte (Stadien) entwickelt sich sehr durchwachsen, weist in den meisten Fällen aber einen Wert zwischen 8 und 12 auf. Vor der WM 1982 liegt der Schnitt noch bei 7 Stadien. Seitdem fällt der Wert nur 1994 nochmal in den einstelligen Bereich. Der Höchstwert wird bei der WM 2002 erreicht. Die Spiele in Japan und Südkorea werden in 20 verschiedenen Stadien ausgetragen (Abbildung 12). Die Anzahl an Stadionbesuchern steigt erwartungsgemäß kontinuierlich an. Die 1.000.000-Grenze wird erstmals 1950 erreicht, 1982

---

<sup>158</sup> vgl. Fussballdaten.de, 2012

<sup>159</sup> vgl. FIFA, 2010: S. 3

<sup>160</sup> vgl. Schwier; Schauerte: 2002: S. 40

<sup>161</sup> Regelung im Fußball, die ein Spiel, bei dem nach Ablauf der regulären Spielzeit kein Sieger feststeht, sofort beendet, sobald eine der Mannschaften in der darauf folgenden Verlängerung ein Tor erzielt.

<sup>162</sup> vgl. FIFA, 2013b

die 2.000.000-Grenze. Über 3.000.000 Stadionbesucher verzeichnen bisher nur die Weltmeisterschaften 1994, 2006 und 2010 (Abbildung 13).

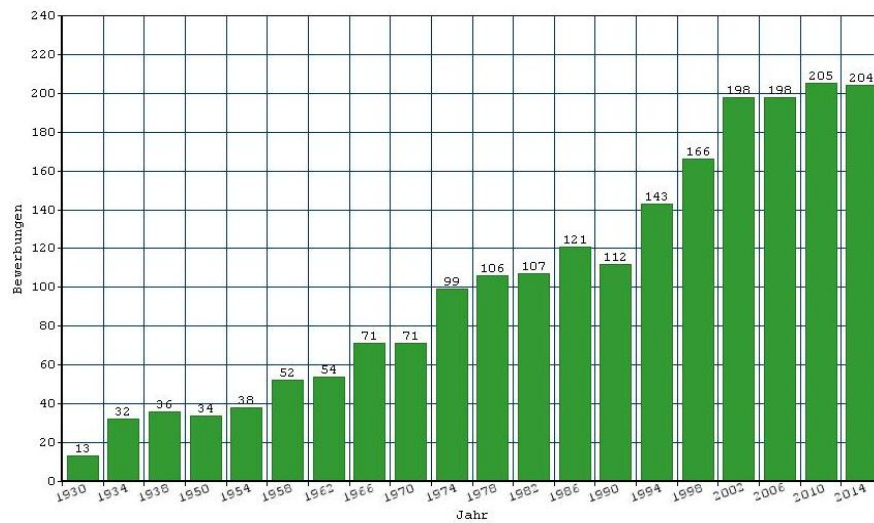


Abbildung 11: Anzahl der Bewerbungen um die Teilnahme an der Fußball-WM (1930-2014)

(Quelle: in Anlehnung an: Sportschau (o.J.). *Fifa-WM 1930 bis 2006*. URL: [http://www1.sportschau.de/sportschau\\_specials/fussball/wm2014/wm\\_historie/index.html](http://www1.sportschau.de/sportschau_specials/fussball/wm2014/wm_historie/index.html) [Stand 02.07.2013])

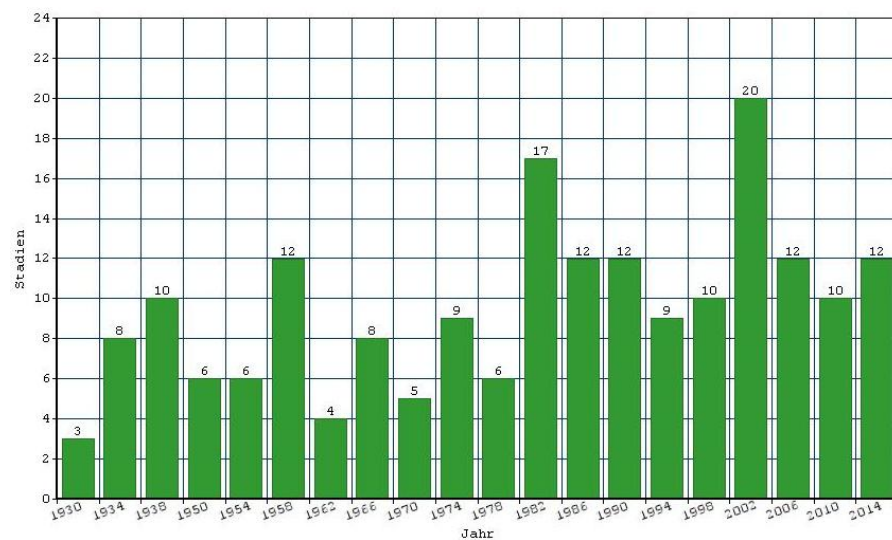


Abbildung 12: Anz. der Stadien bei den Fußballweltmeisterschaften 1930-2014

(Quelle: in Anlehnung an: Sportschau (o.J.). *Fifa-WM 1930 bis 2006*. URL: [http://www1.sportschau.de/sportschau\\_specials/fussball/wm2014/wm\\_historie/index.html](http://www1.sportschau.de/sportschau_specials/fussball/wm2014/wm_historie/index.html) [Stand 02.07.2013])

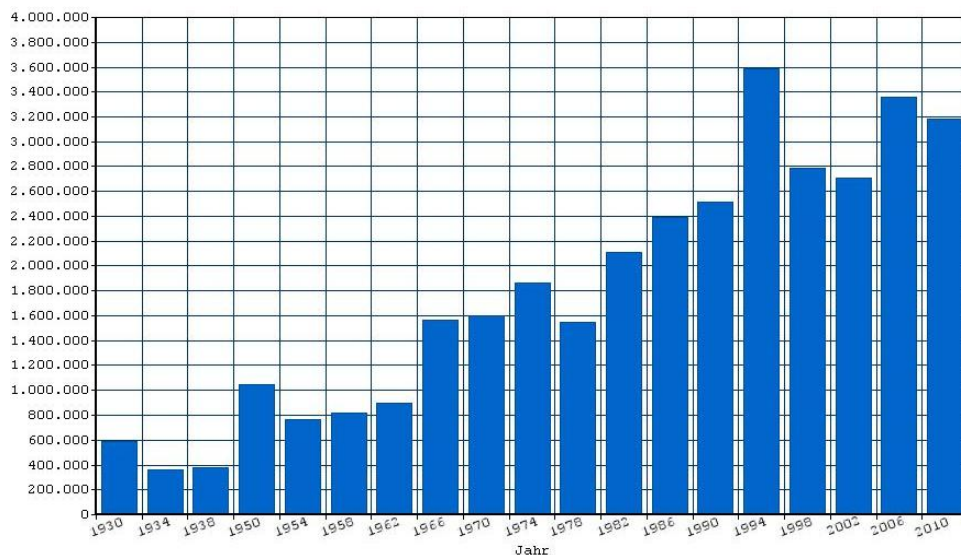


Abbildung 13: Anz. der Stadionzuschauer bei den Fußballweltmeisterschaften 1930-2010

(Quelle: in Anlehnung an: Sportschau (o.J.). *Fifa-WM 1930 bis 2006*. URL: [http://www1.sportschau.de/sportschau\\_specials/fussball/wm2014/wm\\_historie/index.html](http://www1.sportschau.de/sportschau_specials/fussball/wm2014/wm_historie/index.html) [Stand 02.07.2013])

2.500 DM, ein Fernseher, ein Motorroller und ein Lederkoffer umfasst die Prämie der WM-Helden von 1954. 1974 erhalten Beckenbauer und Co. 60.000 Mark und einen Käfer Cabrio, 1990 sind es 130.000 Mark. Der Titelgewinn bei der WM 2002 würde 92.000 Euro pro Spieler bringen. 4 Jahre später liegt die Siegesprämie bei 300.000 Euro.<sup>163</sup> Neben dem Titel des Weltmeisters und den Siegesprämien der Verbände entstehen im Laufe der Jahre auch weitere Ehrungen, die mit der Zeit immer mehr in den Fokus rücken. Der Goldene Schuh für den erfolgreichsten Torschützen besteht seit Beginn der WM-Austragungen 1930, wird allerdings erst seit 1978 offiziell verliehen. Nach und nach kommen die Ehrung des besten jungen Spielers, die FIFA Fairplay-Auszeichnung, der Goldene Ball für den besten Spieler des Turniers sowie die Auszeichnung für das unterhaltsamste Team und den besten Torhüter hinzu.<sup>164</sup>

76 unterschiedliche Nationen mit insgesamt 6.851 Spielern haben bis heute an einer WM-Endrunde teilgenommen, davon kam jedoch knapp ein Viertel nicht zum Einsatz (1.607). Insgesamt 34 Mio. Fans besuchten die 772 WM-Spiele seit 1930 in den Stadien, das ergibt einen Zuschauerschnitt von rund 44.000 pro Spiel. Die größte Kulisse bot 1950 das Spiel Brasilien – Uruguay mit 173.850 Stadionbesuchern.<sup>165</sup>

<sup>163</sup> vgl. FAZ.net, 2006

<sup>164</sup> vgl. FIFA, 2013b

<sup>165</sup> vgl. FIFA, 2010: S. 2 ff.



Auch die Fußballweltmeisterschaften werden mit aufwändig gestalteten Eröffnungszeremonien eingeläutet. 1974 verfolgen weltweit 600 Mio. Zuschauer die pompös inszenierte Eröffnungsfeier vor den TV-Bildschirmen.<sup>166</sup> 2006 spricht das WM-Organisationskomitee von Kosten in Höhe von 25 Mio. Euro für den Rahmen einer offiziellen Eröffnungsgala in Berlin. Fünf Monate vor dem Start der WM wird die Feier abgesagt. Mit der Begründung, das Ausmaß der Feier sei zu schädigend für den Turnierrasen. Böse Zungen vermuten allerdings, die Feier sei dem Fußballverband zu teuer geworden.<sup>167</sup> So bleibt die zusätzlich geplante Gala aus und man setzt daher voll auf die Eröffnung in der Münchner Allianz Arena, im direkten Anschluss daran – wie gewöhnlich – das Eröffnungsspiel. Die Feier in München vor weltweit 1,5 Milliarden Zuschauern ähnelt einem Folklorefest, präsentiert sich überwiegend typisch bayerisch, doch auch Trommel- und choreografische Tanzeinlagen sowie der Auftritt Herbert Grönemeyers gehören zum Programm. Claudia Schiffer und die Fußballerlegende Pelé tragen den Pokal in die Mitte des Geschehens, die offizielle Rede des damaligen Bundespräsidenten Horst Köhler rundet die Feierlichkeit ab und eröffnet den Wettbewerb.<sup>168</sup> An diesem sind u.a. 15.000 Volontäre, 12.000 Journalisten, 8.000 Sanitäter und 200 Ärzte in den Stadien, den Team Camps und den Innenstädten im Einsatz. Für die Journalisten wird in München ein zentrales Medienzentrum von 40.000 m<sup>2</sup> Fläche errichtet (IBC<sup>169</sup>), jeder Austragungsort erhält zudem ein weiteres unmittelbar im Stadion, in angrenzenden Gebäuden oder aufgestellten Zelten. Die großen deutschen Bahnhöfe werden modernisiert, der Nahverkehr Bus und Bahn ausgebessert, Stadien werden aus- bzw. von Grund auf neu gebaut. Alleine die Kosten für die Spielstätten belaufen sich auf rund 1,4 Milliarden Euro, die durch Eigenkapital (der Vereine), Fremdkapital (u.a. regionaler Partner) und öffentliche Gelder finanziert werden. Das Gesamtbudget von 2006 beläuft sich auf 450 Millionen Euro, welches sich aus den Erlösen der Ticketverkäufe (44,4 %), Sponsoreneinnahmen (16,7 %) und einem Zuschuss der FIFA (38,9 %) zusammensetzt. Die FIFA wiederum refinanziert die Ausgaben aus dem Verkauf der Fernsehrechte (1,7 Milliarden Euro für die WM 2002 und 2006), VIP-Karten (175 Mio. Euro) und der weltweiten Marketing- und Lizenzrechte (675 Mio. für vier Jahre). Für das gemeinschaftliche Fangegefühl werden von der FIFA Großleinwände in jeder der zwölf deutschen WM-Städte installiert und beteiligen sich an den Kosten mit weiteren 8,4 Mio. Euro, den Rest übernehmen die Städte selbst. Am Ende steht ein erwirtschafteter Überschuss von 135 Mio. Euro.<sup>170</sup> Die folgenden Abbildungen zeigen einen Vergleich der unterschiedlichen Ausprägung von Public Viewing 1954, 1974 und 2006. 1954 bedeutet Public Viewing gemeinsames Fernsehen in der Dorfkneipe, 1974 tummeln sich die Menschen vor den Schaufenstern von Elektronikgeschäften, 2006 versammeln sich die Fans weltweit auf den großen Fanmeilen.

---

<sup>166</sup> vgl. FIFA WM 2006™ Frankfurt, o.J.

<sup>167</sup> vgl. ZEIT Online, 2006

<sup>168</sup> vgl. Thor, 2006

<sup>169</sup> International Broadcast Center

<sup>170</sup> vgl. Ruda; Klug, 2010: S. 46-75



Abbildung 14: Public Viewing 1954

(Quelle: Holbein, Christoph (2012). *Public Viewing gab es schon 1954*. URL: <http://www.schwarzwaelder-bote.de/inhalt.albstadt-public-viewing-gab-es-schon-1954.e660765c-acc1-4277-a001-2e471372f949.html> [Stand 03.07.2013])



Abbildung 15: Public Viewing 1974

(Quelle: Twitter/ZDF-Sport (2013). *Public Viewing 1957. Und 2013?*. URL: <https://twitter.com/ZDFsport/status/337992751163510785> [Stand 03.07.2013])



Abbildung 16: Public Viewing 2006

(Quelle: Neue Presse (2012). *Mega-Partys in Berlin – aber auch Mega-Staus*. URL: <http://www.neuepresse.de/Nachrichten/Panorama/Uebersicht/Mega-Partys-in-Berlin-aber-auch-Mega-Staus> [Stand 03.07.2013])

Auch in Südafrika 2010 präsentiert sich das Gastgeberland in der Eröffnungszeremonie sehr „typisch“ mit afrikanischen Tanzgruppen, Gesängen und Künstlern. In diesem Jahr wird der bereits 2006 geplanten Party als Einstimmung auf die kommenden Wochen erstmals zugestimmt. Hieran nehmen Stars wie Shakira, Alicia Keys, John Legend und die Black Eyed Peas teil.<sup>171</sup> Auch 2010 stehen im Vorfeld einige finanzielle Investitionen an: 19,3 Mrd. Rand (umgerechnet ~ 1,5 Mrd. Euro) werden in den Ausbau sowie den Neubau eines Flughafens in Durban investiert, neue Flugstrecken kommen hinzu, Straßen- und Schienennetze werden ebenfalls saniert. Um die Telekommunikationsverbindung mit den anderen Kontinenten auszubessern, werden 50.000 km Überseekabel installiert. Kostenpunkt: weitere 1,5 Mrd. Euro. Der südafrikanische Stromlieferant *ESKOM* steckt zur besseren Stromversorgung 15 Mrd. Euro in neue Kraftwerke und auch die Stadien fordern erneut große Mengen an finanziellen Mitteln. Für die Abteilung Polizei und Sicherheit werden weitere 3,4 Mrd. Euro gezahlt, 190.000 Polizeibeamte sind im Einsatz. Eine in diesen Größenordnungen eher kleine Investition stellen die 100 solarbetriebenen Großbildfernseher dar, die für rund 1 Mio. Euro installiert werden, um auch den Dörfern ohne Strom das Verfolgen des Großereignisses zu ermöglichen.<sup>172</sup>

Zur WM 2014 in Brasilien herrscht bereits ein Jahr zuvor blankes Entsetzen auf den Straßen des fünfmaligen Weltmeisters aus Südamerika. Vor allem aus politischen Gründen gehen die Menschen auf die Straßen, demonstrieren in erster Linie gegen die staatliche Misswirtschaft, Ungleichheit und Korruption. So nehmen sich die Einwohner die Weltmeisterschaft zum Anlass,

---

<sup>171</sup> vgl. n-tv.de, 2010

<sup>172</sup> vgl. Ruda; Klug, 2010: S. 140-158

protestieren gegen die hohen finanziellen Ausgaben, die im Rahmen des Großereignisses getätigt werden, befürchten, dass die „große Party“ vielmehr eine große Fehlinvestition wird – und zwar zu deren eigener Last. Schon 2010 in Südafrika hat sich gezeigt, dass das für hunderte Millionen Dollar erbaute Stadion in Kapstadt nach den Veranstaltungen der Weltmeisterschaft nahezu brach steht. Der örtliche Fußballverein trägt etwa zehn Spiele im Jahr dort aus, vor nicht mehr als 4.000 Zuschauern. Den Rest des Jahres bleibt das Stadion unberührt, kostet zudem mehrere Millionen Unterhalt. Ähnliche Befürchtungen haben die Brasilianer, der Umbau des Maracanã-Stadions kostet doppelt so viel wie anfangs geplant, auch in das Stadion in der Hauptstadt Brasília werden mehr als 480 Mio. Dollar anstelle der kalkulierten 275 Mio. investiert. Und das alles, wo doch so viele Krankenhäuser und Schulen vor dem Zerfall stehen und das Geld viel besser angelegt werden könne (siehe hierzu auch Anhang B: Telefoninterview mit Manfred Breuckmann).<sup>173</sup>

### 3.2.2 Entwicklung der Berichterstattung

„Matthäus ... Traumpass Völler ... Jetzt Deutschland am linken Flügel durch Schäfer. Schäfers Zuspiel zu Morlock wird von den Ungarn abgewehrt – und Bozsik, immer wieder Bozsik, der rechte Läufer der Ungarn am Ball. Er hat den Ball – verloren diesmal, gegen Schäfer. Schäfer nach innen geflankt ... Kopfball ... abgewehrt! Und was gibt er? Er gibt Elfmeter! Er gibt Elfmeter! ... Brehme gegen den Elfmertertöter Goycochea ... abgewehrt ... aus dem Hintergrund müsste Rahn schießen! Rahn schießt! Toor! Toor! Toor! Toor für Deutschland! 1:0!“<sup>174</sup>

Die Herren Zimmermann und Rubenbauer mögen es mir verzeihen, aber so hätte vermutlich ein gemeinsames Werk der beiden Endspiel-Kommentatoren von 1954 und 1990 geklungen. Vorausgesetzt die beiden hätten sich jemals persönlich kennengelernt und die Akteure Matthäus, Völler, Schäfer, Morlock, Brehme und Rahn hätten in einer Mannschaft gespielt. Doch genau das haben der Radiokommentator Herbert Zimmermann und der TV-Reporter Gerd Rubenbauer gemeinsam – für ihre Kommentare und Freudenausbrüche in den Finalspielen der Weltmeisterschaften 1954 und 1990 und den einhergehenden Siegen der deutschen Nationalmannschaft sind sie nahezu jedem Deutschen bekannt – egal welcher Generation, egal welcher Herkunft, egal welchen Geschlechts. Und es ist zudem nicht abwegig, dass ein sehr großer Teil der Deutschen das obige Zitatenknäuel vermutlich sogar wieder entwirren und der richtigen Stimme zuordnen könnte.

Herbert Zimmermann war Reporter beim Radio, das seinerzeit in der Liveberichterstattung des Sports an erster Stelle stand. Für 50 Mio. Hörer stellt sich an diesem Tag nur diese eine Frage, ob die Sensation gegen die Ungarn vollbracht werden könne. Für die nötige Euphorie sorgen selbstverständlich auch die Namen Fritz Walter, Max Morlock oder Helmut Rahn, jedoch trägt

---

<sup>173</sup> vgl. Diekmann, 2013

<sup>174</sup> Auszüge aus den Kommentaren der WM-Finals 1954 und 1990 von Herbert Zimmermann und Gerd Rubenbauer

auch der NDR-Reporter seinen Teil dazu bei, begeistert die Hörer mit seinen leidenschaftlichen Kommentaren und erhält dafür den Titel des „12. Mann von Bern“. <sup>175</sup> Die WM in der Schweiz gilt darüber hinaus als der Durchbruch des Fernsehens. Zwar ist das Medium während des Ereignisses noch nicht flächendeckend vertreten, da nur wenige Bürger bislang Interesse daran hegen und sich ein solches Gerät leisten können, doch sorgt vor allem die Berichterstattung im Radio, die bundesweite Euphorie am Sport und der Gedanke „mehr davon“ haben zu wollen für einen gewaltigen Anschlag der Umsatzzahlen (siehe auch Kapitel 2.3). Wird für Ende 1954 die Anzahl an TV-Geräten in deutschen Haushalten auf rund 100.000 geschätzt, sind es vier Jahre später, bei der WM 1958 in Schweden, bereits 2,13 Mio. Da es 1962 technisch noch nicht möglich ist Bilder per Satellit aus Südamerika nach Europa zu übertragen, bleibt die WM in Chile von deutscher TV-Liveberichterstattung unberührt. Es werden lediglich Zusammenfassungen einiger Endrundenspiele mit einem Tag Verzögerung im Fernsehen gezeigt. 1966 sind bereits 66 % der deutschen Haushalte mit Fernsehgeräten ausgestattet. Diese WM ist das erste sportliche TV-Großereignis, zu dem Einschaltquoten vorliegen, das Finale Deutschland gegen England erreicht beispielsweise einen Marktanteil von 76 %. 1970 werden erstmals Spiele live aus Südamerika nach Europa übertragen, die Spiele finden gegen den Willen der Sportler in der Mittagszeit statt, damit diese aufgrund der Zeitverschiebung in Europa zur abendlichen Primetime gezeigt werden können. Zudem feiert die Übertragung der Spiele in Farbe Premiere. Die deutschen Spiele erreichen eine durchschnittliche Einschaltquote von 62 %. 1974 liegt dieser Wert bei 68 % bzw. 62 % für die DDR-Mannschaft, das Finale der Deutschen gegen die Nachbarn aus den Niederlanden sehen 80 %. Aufgrund der 1975 eingeführten personenbezogenen Quotenmessung (siehe Kapitel 2.1) lassen sich bei der WM 1976 erstmals Aussagen über Personenreichweiten treffen. Im Schnitt werden die Spiele von 13,97 Mio. Deutschen verfolgt, die Spiele der eigenen Mannschaft sehen durchschnittlich 21,36 Mio. Zuschauer. 1998 – die erste WM mit 32 teilnehmenden Mannschaften – übertragen ARD und ZDF mittlerweile 86 % der Spiele live (55 von 64). Dabei werden 6 von 8 zeitgleich laufenden Vorrundenspielen erstmals zusätzlich auf dem Sender 3sat übertragen. 2002 werden die Übertragungsrechte von der FIFA erstmals auf Free-TV und Pay-TV-Anbieter aufgeteilt, für Deutschland heißt das: nur noch 26 der insgesamt 64 Spiele dürfen im frei verfügbaren Fernsehen gezeigt werden, ein Rückschritt auf rund 41 %. Immerhin das Finalspiel der Deutschen gegen Brasilien verfolgen 26,52 Mio. und damit 88,2 % aller Fernsehzuschauer. 2006 erfolgt wieder der Schritt zu den bewährten Mitteln, die Übertragung an Spielen im Free-TV erhöht sich wieder auf 56 (von 64). Im Pay-TV können nach wie vor alle Spiele, auch die im Free-TV fehlenden, gesehen werden. Eine weitere Neuheit: Die Free-TV-Rechte werden erstmals auf drei Sender aufgeteilt: ARD, ZDF und RTL. Summa Summarum erreichen die Spiele einen neuen Höchstwert seit 1982. Insgesamt schalten im Schnitt 12,06 Mio. (52,8 %) Zuschauer bei den Spielen der WM im eigenen Land ein, die deutschen Spiele erreichen mit 24,04 Mio. einen durchschnittlichen Marktanteil von 80,2 %. Hinzu kommen die Besucher der vor allem seit 2006 verstärkt präsenten Public-Viewing-Veranstaltungen, die dem Großereignis einen zusätzlichen Eventcharakter verleihen. Etwa 10 – 12 Mio. Deutsche, die nicht einmal in den offiziell genannten Quotenwerten auftauchen, ent-

---

<sup>175</sup> Linke, o.J.

scheiden sich während der Vorrundenspiele der eigenen Nationalelf für das Verfolgen der Spiele außerhalb der eigenen vier Wände. Ab dem Achtelfinale steigt die Zahl sogar auf 16 Mio. an.<sup>176</sup> Zu Public Viewing zählt dabei nicht nur die Teilnahme an öffentlichen Großveranstaltungen mit Leinwänden oder dergleichen, sondern auch das Schauen bei Nachbarn, Freunden, in der Gastronomie oder am Arbeitsplatz. Abbildung 17 zeigt hierzu vor allem die Erstarkung der Gastronomie und der öffentlichen Veranstaltungen. In Sachen Übertragungsrechte hat sich der Privatsender RTL im Juli 2013 erstmals seit 20 Jahren wieder die Rechte an der Übertragung deutscher Länderspiele gesichert. Für die Qualifikationsspiele der EM 2016 und WM 2018 muss ab Herbst 2014 nun der Kölner Privatsender eingeschaltet werden. Für ARD und ZDF bedeutet das ein mittelschweres bis kaum verkraftbares Desaster.<sup>177</sup>

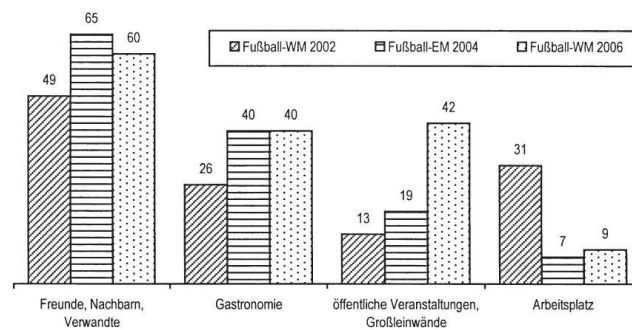


Abbildung 17: Orte der Außer-Haus-Nutzung im Verlauf versch. Fußballturniere

(„Wo haben Sie die Übertragungen der WM/EM gesehen?“ (Mehrfachantworten); Basis: Personen, die mindestens ein Spiel außerhalb der eigenen Wohnung gesehen haben; Angaben in %; Quelle: Geese, Stefan; Zeughardt, Claudia; Gerhard, Heinz (2006). Die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 im Fernsehen. URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/09-2006\\_Geese.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/09-2006_Geese.pdf) [10.07.2013], S. 459)

Der bisherige Quotenrekord bei einer Fußball-WM (und auch insgesamt in der deutschen Fernsehgeschichte) wird 2010 im Halbfinale Deutschland – Spanien erzielt. Durchschnittlich 31,10 Mio. deutsche Fußballfans (83,2 %) verfolgen das Spiel gegen den späteren Weltmeister in der ARD.<sup>178</sup> Weltweit sehen das Spiel rund 329 Mio. Menschen, das sind 30 % mehr Haushalte als noch 2006 (254 Mio.).<sup>179</sup>

<sup>176</sup> vgl. Gerhard, 2006: S. 465-472

<sup>177</sup> vgl. Bierschwale, 2013

<sup>178</sup> vgl. Stern.de, 2010

<sup>179</sup> vgl. Digital Fernsehen.de, 2011



Tabelle 6 veranschaulicht die zuvor beschriebene Entwicklung der TV-Übertragungen der Fußballweltmeisterschaften 1954-2006. Zu Beginn überträgt nur die ARD, ab 1966 auch das ZDF, 2006 erstmals auch der private Sender RTL. Die Anzahl der Gesamtzuschauer liegt in den Jahren 1978-2006 schwankend zwischen 7 und 14 Millionen. Auch die Zuschauerzahl der deutschen Livespiele schwankt in der 20 Millionen-Region, 2006 verzeichnet diese mit 24,04 Mio. Zuschauern einen Bestwert.

Jahr/Gastgeberland	Übertragende Sender	Anzahl Spiele bei WM	Anzahl Spiele live im Fernsehen	alle Livespiele Einschaltquote Haushalte in %	Zuschauer in Mio	Marktanteil Zuschauer in %	Livespiele der deutschen Mannschaft Einschaltquote Haushalte in %	Zuschauer in Mio	Marktanteil Zuschauer in %
1954 Schweiz	ARD	26	9						
1958 Schweden	ARD	35	9						
1962 Chile	ARD	32	0						
1966 England	ARD/ZDF	32	11	55			65		
1970 Mexiko	ARD/ZDF	32	9	58			62		
1974 Deutschland	ARD/ZDF	38	18	59			68/62 <sup>1)</sup>		
1978 Argentinien	ARD/ZDF	38	22		13,97			21,36	
1982 Spanien	ARD/ZDF	38	34		13,54			20,95	
1986 Mexiko	ARD/ZDF	52	39		10,78			21,29	
1990 Italien	ARD/ZDF	52	45		11,40	60,8		22,38	85,3
1994 USA	ARD/ZDF	52	44		7,29	48,4		17,71	70,6
1998 Frankreich	ARD/ZDF	64	55/6 <sup>2)</sup>		10,29	48,1		21,86	75,2
2002 Japan/Südkorea	ARD/ZDF	64	26		9,24	65,3		17,71	82,5
2006 Deutschland	ARD/ZDF/RTL	64	56		12,06	52,8		24,04	80,2

Tabelle 6: WM 1954 bis 2006: Anzahl Spiele/Livespiele im Fernsehen

(Einschaltquoten in %, Zuschauer in Mio., Marktanteile in %; 1) Einschaltquote Spiele Mannschaft Bundesrepublik/Mannschaft DDR, 2) Sechs Spiele wurden bei 3sat übertragen; 1978-1982 Zuschauer ab 3 Jahre, 1986-1994 Zuschauer ab 6 Jahre, seit 1998 Zuschauer ab 3 Jahre; Quelle: Gerhard, Heinz (2006). *Die Fußball-WM als Fernsehveranstaltung*. URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/09-2006\\_Gerhard.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/09-2006_Gerhard.pdf) [Stand 04.07.2013], S. 466)

Platz	Sender	Spiel/Sendung	Wettbewerb/Genre	Datum	Zuschauer in Mio
1	ZDF	Deutschland – Italien	WM-Halbfinale 2006	04.07.2006	29,66
2	ZDF	Deutschland – Tschechien	EM-Finale 1996	30.06.1996	28,44
3	ZDF	Deutschland – Brasilien	WM-Finale 2002	30.06.2002	26,52
4	ARD	Frankreich – Italien	WM-Finale 2006	09.07.2006	25,88
5	ARD	Deutschland – England	EM-Halbfinale 1996	26.06.1996	24,85
6	ARD	Deutschland – Argentinien	WM-Viertelfinale 2006	30.06.2006	24,74
7	ZDF	Portugal – Griechenland	EM-Finale 2004	04.07.2004	24,74
8	ARD	Deutschland – USA	WM-Vorrunde 1998	15.06.1998	24,37
9	ARD	Deutschland – Iran	WM-Vorrunde 1998	25.06.1998	24,32
10	ARD	Deutschland – Dänemark	EM-Endspiel 1992	26.06.1992	24,16
11	ARD	Deutschland – Tschechien	EM-Vorrunde 2004	23.06.2004	24,08
12	ARD	Brasilien – Frankreich	WM-Endspiel 1998	12.07.1998	24,06
13	ZDF	Deutschland – Portugal	WM 3. Platz 2006	08.07.2006	23,97
14	ARD	Deutschland – Polen	WM-Vorrunde 2006	14.06.2006	23,88
15	ARD	Deutschland – Schweden	EM-Halbfinale 1992	21.06.1992	23,84
16	ZDF	Deutschland – Niederlande	EM-Vorrunde 2004	15.06.2004	23,57
17	ARD	Deutschland – Kroatien	WM-Viertelfinale 1998	04.07.1998	23,26
18	ZDF	Deutschland – Schweden	WM-Achtelfinale 2006	24.06.2006	22,34
19	ZDF	Wetten, dass...?	Show	22.02.1992	21,50
20	ZDF	Wetten, dass...?	Show	25.01.1992	21,48
21	ARD	Deutschland – Ecuador	WM-Vorrunde 2006	20.06.2006	21,30
22	ZDF	Deutschland – Niederlande	EM-Vorrunde 1992	18.06.1992	20,70
23	ARD	Frankreich – Italien	EM-Endspiel 2000	02.07.2000	20,43
24	ARD	Deutschland – Südkorea	WM-Halbfinale 2002	25.06.2002	20,24
25	ZDF	Deutschland – Costa Rica	WM-Vorrunde 2006	09.06.2006	20,06

Tabelle 7: Die 25 meist gesehenen Fernsehsendungen 1992 bis 2006

(Zuschauer in Mio.; bis 1995 Zuschauer ab 6 Jahre, seit 1996 Zuschauer ab 3 Jahre; Quelle: Gerhard, Heinz (2006).

*Die Fußball-WM als Fernsehveranstaltung*. URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/09-2006\\_Gerhard.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/09-2006_Gerhard.pdf) [Stand 04.07.2013], S. 469)

Zur Ergänzung: Involviert man in Tabelle 7 ebenfalls die Werte von 2010, so verdrängt das Halbfinale zwischen Deutschland und Spanien, wie bereits erwähnt, das deutsch-italienische Halbfinale von 2006 von Platz eins auf zwei. Unter der Berücksichtigung, dass eine Reichweite von 24,16 Mio. Zuschauern dazu ausreicht, um in die Top 10 dieser Rangfolge zu gelangen, wären fünf weitere Spiele der WM 2010 mit einer Reichweite von 29,30 bis 25,03 Mio. Zuschauern dazu in der Lage, das abgebildete Ranking neu aufzumischen. Somit würden in einer überarbeiteten Version allein sechs Spiele der WM 2010 in den Top 10 aller meistgesehenen Fernsehsendungen seit 1992 auftauchen.<sup>180</sup> Doch im Sport – und generell in der Medienwelt – geht es Schlag auf Schlag, daher lassen neue Top-Quoten, beispielsweise zur EM 2012, nicht lange auf sich warten. Im Zusammenhang mit den angesprochenen Übertragungsrechten darf die Kostenentwicklung derer nicht ungeachtet bleiben. Abbildung 18 zeigt diese aus den Jahren 1982-2006 (in DM, europaweite Rechte). Bis 1998 hält die European Broadcasting Union (EBU) die Rechte an der Übertragung der Fußballweltmeisterschaft, 2002 steigt die Kirch-Gruppe (später Infront Sports & Media) als einer der größten deutschen Medienkonzerne dieser Zeit in den Wettkampf um die europäischen Live-Übertragungsrechte ein und zahlt der FIFA 2002 eine Rekordsumme von knapp 1,6 Mrd. DM. Der Anteil von ARD und ZDF, der folglich in diesem Jahr an die Kirch-Gruppe für die Übertragungsrechte gezahlt werden muss, liegt bei 250 Mio. DM.

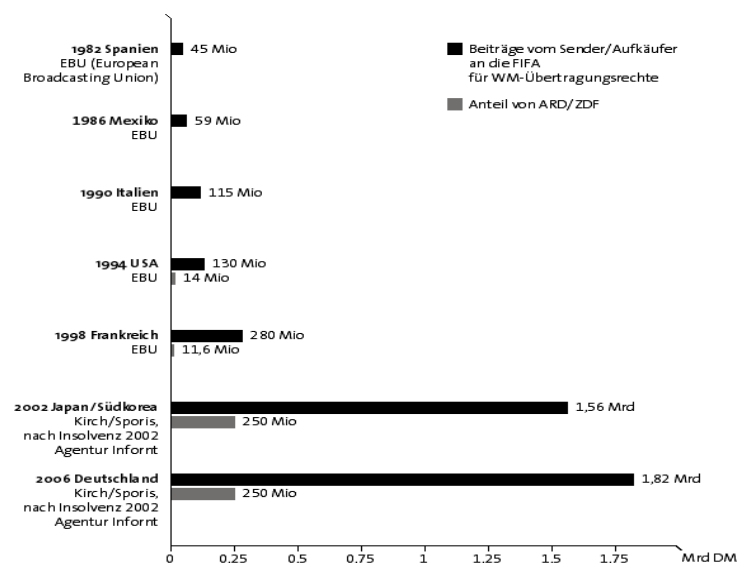


Abbildung 18: Kosten für WM-Übertragungsrechte 1982-2006

(Quelle: Bundeszentrale für politische Bildung (2006). *Kosten für WM-Übertragungsrechte*. URL: <http://www.bpb.de/lernen/unterrichten/grafstat/130893/m-03-05-kosten-fuer-wm-uebertragungsrechte> [Stand 04.07.2013])

<sup>180</sup> vgl. Gerhard; Kessler; Gscheidle, 2010: S. 385



Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der durchschnittlichen Reichweiten und Marktanteile der WM 1994 bis 2010 sowie die Nettoreichweite der Bundesbürger, die mindestens ein Spiel gesehen haben. Die Anzahl an TV-Zuschauern 2006 liegt mit 12,06 Mio. erwartungsgemäß an der Spitze. Bei den Werten der Nettoreichweite fallen vor allem die Übertragungen aus den USA 1994 und Japan/Südkorea 2002 negativ auf, hierfür ist die mehrstündige Zeitverschiebung die Ursache. Die Reichweiten 2006 und 2010 liegen auch aufgrund der Dreiteilung der Übertragungsrechte (ARD, ZDF, RTL) deutlich über 80 %. 2006 haben 83,7 %, 2010 sogar 85,7 % aller Bundesbürger (ab 3 Jahren) mindestens ein Spiel der Weltmeisterschaft im Fernsehen verfolgt.

Weltmeisterschaft	Zuschauer in Mio	Marktanteil in %	Nettoreichweite <sup>1)</sup> in Mio	Nettoreichweite <sup>1)</sup> in %
1994 USA	7,01	47,6	47,02	66,5
1998 Frankreich	10,14	47,6	55,26	77,4
2002 Südkorea/Japan	9,24	65,3	48,26	67,8
2006 Deutschland	12,06	52,8	61,48	83,7
2010 Südafrika	10,85	48,2	61,88	85,7

Tabelle 8: Reichweiten und Marktanteile aller Fußball-WM-Übertragungen seit 1994

(Zuschauer ab 3 Jahren; WM 2006 und 2010: ARD, ZDF, RTL, sonstige Jahre: ARD, ZDF; 1) In die Berechnung geht jeder Zuschauer nur einmal ein, Doppel- und Mehrfachkontakte werden nicht berücksichtigt; Quelle: Gerhard, Heinz; Kessler, Bernhard; Gscheidle, Claudia (2010). *Die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 im Fernsehen*. URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/09-2010\\_Gerhard.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/09-2010_Gerhard.pdf) [Stand 04.07.2013], S. 383)

Auch online können die Spiele seit der WM 2010 über die sendereigenen Mediatheken angesehen werden, hierbei kommt es allerdings noch zu einigen Problemen bei den Nutzern, da die Onlineserver nicht genügend Kapazitäten aufweisen und daher oftmals aufgrund von Überlastung nur Schwarzbild zeigen. Möchte man sich hingegen nur Informationen zu bevorstehenden Partien einholen, zusammenfassende Berichte oder Fotoshows ansehen, so bietet das Internet Unmengen an kompetenten Anbietern. Dieser Service taucht erstmals zur WM 1998 auf, Homepages mit Sportangeboten verzeichnen indessen unvergleichliche Steigerungen an Seitenaufrufen.<sup>181</sup> Heute bieten nicht nur die in der Sportszene führenden Onlinevertreter (u.a. kicker.de), Sportseiten der TV-Sender (u.a. zdfsport.de) oder Onlinezeitungen und Informationsdienste (faz.net oder t-online.de) das nahezu volle Programm eines Informations- und Ergebnisdienstes, auch die sozialen Medien können – ähnlich wie bei den Olympischen Spielen – diesbezüglich mithalten. Eigene Facebook-Seiten oder Twitter-Accounts sind für Vereine und Sportler weitaus keine Seltenheit mehr. Vor allem die Sportler selbst möchten auf diesem Weg mit ihren Fans in Kontakt treten, (lassen) bloggen und veröffentlichen persönliche Eindrücke in Form von Bildern und Videos nicht nur aus der Sport-, sondern auch der Privatwelt. Jedoch stehen die deutschen Sportler in Sachen Social Media noch hinten an, der portugiesische Nati-

<sup>181</sup> vgl. SPIEGEL Online, 1998

onalspieler von Real Madrid Cristiano Ronaldo hingegen ganz weit vorne. Im Juli 2013 liegt die Zahl seiner „Twitter-Follower“ bei knapp 20 Millionen, auch bei den „Facebook-Freunden“ verweilt er mit über 59 Millionen unangefochten an erster Stelle.<sup>182</sup> Der deutsche Vergleich: Der Nationalspieler Mesut Özil knackt im Mai 2013 als erster deutscher Sportler die 10-Mio.-Grenze bei Facebook, die deutschen Twitter-Werte fallen in der Regel noch niedriger aus.<sup>183</sup> Zusätzlich zu den üblichen Sportinhalte-Anbietern und den Sozialen Medien ist selbstverständlich auch die FIFA selbst mit einer Homepage im World Wide Web vertreten. Zwar existieren auch einige Webseiten zu den einzelnen Weltmeisterschaften, doch handelt es sich bei diesen oftmals nicht um „offizielle“. Im Rahmen der Fußballweltmeisterschaften steht in der Regel daher die offizielle Homepage der FIFA mit umfangreichen Informationsdiensten, Statistiken und Auswertungen zur Verfügung.

Viele stellen sich die Frage, warum der Fußball in sportlicher wie medialer Hinsicht überhaupt so präsent und erfolgreich ist. In erster Linie erfüllt er die notwendigen Anforderungen einer erfolgreichen Sportübertragung, und das scheinbar wie kein Zweiter. Wichtig ist hierbei die Kombination aus folgenden Kriterien:

1. „der Sportart und ihrer Tradition,
2. den Erfolgchancen deutscher Sportler/Mannschaften,
3. der Markenstärke der Sportart,
4. der Persönlichkeit der Akteure,
5. dem übertragenden Fernsehsender,
6. dem Eventcharakter der Übertragung,
7. der fernsehgerechten Umsetzung,
8. der Tageszeit der Ausstrahlung
9. dem eigenen Programmumfeld
10. der breiten Zielgruppenansprache.“<sup>184</sup>

Dementsprechend ist der Fußball dazu in der Lage, sich in seiner Berichterstattung weiterzuentwickeln und technische Fortschritte zu involvieren. Die Veränderungen, die beispielsweise

---

<sup>182</sup> vgl. Fan Page List, 2013

<sup>183</sup> vgl. Wallrodt, 2013

<sup>184</sup> Gerhard, 2006: S. 465

zur WM 2006 eingeführt werden, erweisen sich schnell als nützlich und fortschrittlich, darunter das 16:9-Bildformat, der Einsatz zusätzlicher (beweglicher), teils computergesteuerter Kameras in neuen Einstellungen und Perspektiven oder grafische Aufbereitungen, die der besseren Übersicht während des Spiels und dem besseren Verständnis der analytischen Nachberichte dienen. Betrachtet man weiterhin die Zahlen der Weltmeisterschaft 2006, so fällt auf, dass Punkt 10 der vorangegangenen Aufführung in überraschend unnachahmlicher Manier bewerkstelligt wird. Alle soziodemographischen Zielgruppen (Alter, Geschlecht, Bildung, Berufsstatus) werden mit nur geringen Differenzierungen erreicht. Besonders überraschend ist dabei die Tatsache, dass die Reichweite bei der WM 2006 bei Männern und Frauen nahezu ausgeglichen ist. Besonders bei den Spielen der deutschen Mannschaft herrscht mit 11,30 Mio. Männern und 11,28 Mio. Frauen Übereinstimmung in den Werten. In den „wichtigen“ Spielen der Deutschen (Viertelfinale, Halbfinale und Spiel um Platz 3) sind unter den Zuschauern sogar mehr Frauen als Männer. Die größte Differenz liegt beim Halbfinalspiel gegen Italien bei 1,53 Mio. (14,73 Mio. Frauen, 13,20 Mio. Männer).<sup>185</sup>

Auch die optischen Kriterien einer erfolgreichen Sportberichterstattung erfüllt der Fußball mit Bravour. Hierunter fallen die Dynamik und Überschaubarkeit des Geschehens sowie die Vermittlung hoher visueller Informationen (Telegenität). Eine in den Medien existente Sportart darf nicht zu statisch sein und der Zuschauer muss immer alles im Blick haben können, Akteure wie Spielgeräte (z.B. Ball). Das dadurch entwickelte Element der Spannung scheint ein Erfolgsfaktor zu sein.<sup>186</sup>

Erreicht eine Sportart einen solchen oder ähnlichen Status, wie der Fußball ihn heute besitzt, so nutzen die Medien diesen ebenfalls als Werbeplattform. Im Rahmen der omnipräsenten Fußballweltmeisterschaft 2010 sind die Grenzen zwischen Fußball und Fernsehwerbung kaum noch zu erkennen. Im Klartext: Es werden nicht nur hohe Gebühren für die Schaltung von Werbeblöcken investiert, die Akteure erscheinen sogar selbst in den umworbenen Kampagnen. In Zeiten von Großereignissen rund um den populärsten Sport ist nahezu jeder zweite prominente Werbeakteur ein bekanntes Gesicht aus der Welt des Fußballs. Während der WM 2010 haben durchschnittlich fast ein Fünftel (19 %) aller Werbeblöcke im deutschen Fernsehen einen Bezug zum Fußball, einen direkten Bezug zur WM haben immer noch 13 %. Spitzenreiter ist Sat.1 mit 20% fußballbezogenen Werbeblöcken. Den Bezug stellen Nike, Bitburger, Media Markt, Vodafone und Co. her, indem sie Elemente wie Spielszenen, Fans im Stadion, Torjubel, Gesänge oder die deutschen Nationalspieler selbst in ihre Werbeblöcke integrieren. Werben mit dem offiziellen FIFA-Logo dürfen allerdings nur die Hauptsponsoren Coca-Cola, Telekom und McDonald's.<sup>187</sup>

---

<sup>185</sup> vgl. ebd.: S. 472 ff.

<sup>186</sup> vgl. Hackforth, 1975: S. 228 f.

<sup>187</sup> vgl. Gehrau; Pruiskens; Kohler, 2011: S. 13 ff.

## 4 Rollenverteilung und Einflüsse

Quoten sind das Maß (fast) aller Dinge! Dafür verantwortlich ist die Gesellschaft und deren mediales Nutzungsverhalten. Diese übt dadurch einen großen Einfluss auf die Medien aus, ebenso haben die Medien aber auch ein gewisses Beeinflussungspotenzial auf die Gesellschaft inne. Wie groß ist das generelle Interesse der Gesellschaft am Sport? Wie groß am Fußball? Wie unterscheiden sich die Zahlen nach Frauen und Männern? Wie viel Sport wird im deutschen TV-Programm überhaupt gesendet? Und wie sehr werden Online-Bewegtbildinhalte von den Deutschen genutzt? Diese Themen sowie die Frage nach der Rolle der Politik im Sport sind Hauptbestandteil dieses Kapitels.

### 4.1 Rolle der Gesellschaft und Mediennutzungsverhalten

Der Sport bedeutet für Teile der heutigen Gesellschaft eine Art „Lebensmodell“. Danach hat nicht nur die Gesellschaft Einfluss auf den Sport, sondern der Sport ebenso auf die Gesellschaft. Ganze Zeitpläne werden auf den Sport ausgerichtet, egal ob als Hobby fest im Tagesablauf eingeplant oder man abends zu Hause sein muss, wenn das Spiel der deutschen Nationalelf im Fernsehen übertragen wird. 2006 entsteht bei der WM in Deutschland ein wahrer Nationalstolz, verstärkt vor allem durch die vielen Public-Viewing-Veranstaltungen in den Großstädten, die das gesellschaftliche Miteinander fördern und die Akteure zu WM-Helden werden lassen.

Laut der Bestandserhebung des DOSB von 2012 sind über 27,7 Millionen Deutsche Mitglied in einem Sportverein oder Verband und treiben regelmäßigen Sport. Schon diese Zahl bedeutet, dass ein Drittel der gesamten deutschen Bevölkerung regelmäßig sportlich aktiv ist, hinzu kommen noch die Sportler, die nicht Teil eines Vereins sind und Sport lediglich als Hobby betreiben, um die eigene Fitness und Gesundheit zu fördern. Zwar bedeutet es nicht, dass all diese Menschen automatisch Interesse am Sportprogramm im TV haben, doch sind diese Zahlen durchaus eine gute Voraussetzung dafür, da das generelle Interesse am Sport vorhanden ist. Etwa jeder dritte Mann (35,43 % aller männlichen Bundesbürger) und jede vierte Frau (22,76 %) in Deutschland ist Mitglied in einem der Landessportbünde. Diese machen rund 85 % aller Mitglieder des DOSB aus.<sup>188</sup>

Dass der Fußball dabei in allen Belangen an erster Stelle steht, ist keine Neuheit mehr. Tabelle 9 ermöglicht es, den Interessensprozentsatz unterschiedlicher Sportarten miteinander zu vergleichen. Im Rahmen einer Umfrage der *Sport + Markt AG* geben 73 % aller befragten Personen an, an Fußball interessiert oder sehr interessiert zu sein. Die Olympischen Spiele folgen mit

---

<sup>188</sup> vgl. Deutscher Olympischer Sportbund, 2012: S. 1, 11 f.

67 % an zweiter Stelle. Generell liegt das Interesse der Männer in den unterschiedlichen Sportarten höher als das der Frauen. Doch Ausnahmen bestätigen die Regel: Die deutlichsten Werte der Sportarten, an denen vorwiegend Frauen Interesse finden, sind die des Springreitens, Schwimmens und Frauenfußballs. Beim Springreiten beträgt die Differenz 8 % (14 % aller befragten Frauen, 6 % Männer). Zum Vergleich: Umgekehrt interessieren sich weitaus mehr Männer für Boxen (33 % Differenz) Formel 1 (32 %) und Fußball (27 %).<sup>189</sup> Anders sieht das zu Zeiten der Fußballweltmeisterschaft aus. Wie in Kapitel 3.2.2 erwähnt, weisen z.B. bei der WM 2006 die Werte der fußballschauenden Frauen in Deutschland teilweise größere Reichweiten auf als bei den Männern. Generell interessieren sich die meisten Männer wie erwartet für Fußball, doch auch bei den Frauen rangiert dieser bereits auf Platz 2. Nur an den Olympischen Spielen scheinen mehr Frauen interessiert zu sein. Diese liegen mit 65 % an erster Stelle.

	Gesamt (n=1011)	Alter			Geschlecht	
		bis 29 J. (n=243)	30-49 J. (n=419)	ab 50 J. (n=349)	weibl. (n=500)	männl. (n=511)
Fußball	73	69	72	74	59	86
Olympische Spiele	67	52	70	74	65	69
Formel 1	50	43	50	54	33	65
Boxen	46	43	48	47	29	62
Frauenfußball	37	33	37	39	40	34
Wintersport	32	24	31	39	29	37
Skispringen	31	25	29	38	29	34
Biathlon	27	16	27	34	26	29
Leichtathletik	26	24	23	33	29	24
Motorsport	26	23	25	29	13	39
Handball	22	17	22	26	16	28
Ski alpin	20	15	20	24	17	23
Tennis	19	14	20	23	20	19
Eishockey	17	15	16	17	10	23
Schwimmen	17	17	13	20	20	13
DTM – Deutsche Tourenwagen Masters	16	11	17	17	7	24
Radspport	16	9	16	22	13	20
Rallye (Automobilrennsport)	14	12	14	15	6	21
Basketball	13	17	14	11	10	17
Turnen	12	8	11	15	14	9
Laufen/joggen	11	14	9	10	12	9
Volleyball	11	14	9	12	12	11
Marathon	10	7	8	13	8	11
Springreiten	10	10	8	11	14	6
Poker	9	14	9	5	5	13
Snowboarding	8	13	7	6	8	9
Tischtennis	8	6	8	9	6	10
Triathlon	8	5	8	10	6	10
Windsurfen	5	7	3	3	4	4
Golf	4	2	4	6	4	5
Kitesurfen	3	8	2	2	3	4
Segeln	3	2	3	5	4	3

Tabelle 9: Interesse an ausgewählten Sportarten

(Nennungen „sehr interessiert/interessiert“, in %; „Ich nenne Ihnen nun einige Sportarten. Bitte sagen Sie mir für jede Sportart, inwieweit Sie sich dafür interessieren. Sind sie an der Sportart sehr interessiert, interessiert, weniger interessiert oder gar nicht interessiert?“; Basis: Sportinteressierte Bundesbürger 14 bis 65 Jahre; Quelle: Rühle, Angela (2012).

Programmpflege zwischen Markt und öffentlichen Interesse. URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/11-2012\\_Ruehle.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/11-2012_Ruehle.pdf) [Stand 28.06.2013], S. 556)

<sup>189</sup> vgl. Rühle, 2012: S. 556

Verglichen mit anderen Programmsparten im deutschen Fernsehen landen die Sportsendungen mit einem öffentlichen Interesse von 56 % hingegen nur im Mittelfeld aller Angebote. Auch hier auffällig die Differenz: 79 % aller Männer und nur 34 % Frauen interessieren sich für Sportsendungen im TV. Das ergibt eine Differenz von 45 %. Ein absoluter Ausnahmewert, denn in der Regel halten sich die Prozentsätze der Interessensgegensätze von Männern und Frauen in etwa die Waage und ergeben in den unterschiedlichen Programmsparten eine durchschnittliche Differenz von rund 12,6 %.<sup>190</sup>

	Gesamt	Geschlecht		Altersgruppen			Fernsehnutzung		
		Männer	Frauen	14-29 J.	30-49 J.	ab 50 J.	wenig	mittel	viel
Nachrichten	90	92	88	75	89	97	87	91	90
Deutsche Kino- und Fernsehfilme	82	78	85	74	82	84	73	84	84
Krimis und Krimiserien	78	80	77	71	80	80	74	80	79
Natur- und Tiersendungen	77	74	79	58	75	87	70	77	82
Dokumentationen	76	82	71	64	75	83	77	78	74
Sendungen über das Bundesland, in dem Sie leben	73	74	73	43	71	89	66	75	76
Amerikanische Kino- und Fernsehfilme	71	73	68	90	82	54	70	74	66
Unterhaltungsshow	68	63	73	69	65	69	55	69	75
Quizshows, Ratesendungen	65	57	72	59	63	69	52	66	72
Ratgeber- und Verbrauchersendungen	60	59	61	33	58	73	52	62	62
Wissenschaftssendungen	59	71	48	51	60	62	63	63	51
Sportsendungen	56	79	34	53	53	60	51	58	56
Comedysendungen	54	61	47	77	62	37	51	57	50
Familien- und Unterhaltungsserien	53	40	65	53	52	54	39	53	63
Politikmagazine und -reportagen	50	58	43	29	47	62	53	52	46
Satire- und Kabarettssendungen	47	54	41	37	49	50	50	49	42
Kulturmagazine	43	39	46	26	37	54	45	45	38
Wirtschaftsmagazine	42	55	30	19	40	54	44	45	37
Politische Talkshows	41	49	35	21	39	53	41	43	39
Kochsendungen	38	24	52	27	37	44	29	39	44
Casting- und Talentshows	38	32	44	61	46	22	31	39	41
Boulevardmagazine	32	20	43	32	30	33	19	32	40
Arzt- und Krankenhausserien	31	18	44	32	27	34	20	32	39
Prominenten-Talkshows	31	25	37	26	30	34	22	32	36
Zeichentrickfilme und -serien	30	32	28	52	36	16	29	31	30
Volksmusik- und Schlagersendungen	27	23	30	5	13	47	13	26	37
Daily Soaps	26	16	36	44	26	18	15	26	34
Sendungen für Kinder	23	18	27	27	29	16	20	25	21

Tabelle 10: Interesse an ausgewählten Programmsparten

(Nennungen „besonders gerne/gerne“, in %; „Ich lese Ihnen nun verschiedene Arten von Fernsehsendungen vor. Bitte sagen Sie mir zu jeder Sendungsart, ob Sie diese besonders gerne, gerne oder nicht gerne sehen.“; Basis: Personen, die an mindestens einem Tag in der Woche fernsehen, n=2.973; Quelle: Rühle, Angela (2012). *Programmprofile zwischen Markt und öffentlichem Interesse*. URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/11-2012\\_Ruehle.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/11-2012_Ruehle.pdf) [Stand 28.06.2013], S. 557)

Hierbei ist jedoch von Bedeutung, wie groß der Anteil von Sportsendungen am TV-Gesamtprogramm ist. Eurosport liegt 2011 mit 94,2 % Sportanteil auf Rang 1, ARD und ZDF weisen Werte von 6,5 und 5,3 % auf. Bemerkenswert: Selbst der Sender Sport1, der den Sport schon im Namen trägt, füllt nicht einmal die Hälfte seines Programms mit Sportsendungen (41,4

<sup>190</sup> vgl. ebd.: S. 557

%). In einer Reihe ausgewählter Fernsehsender beträgt der Gesamtanteil an Sportsendungen im Jahr 2011 6,4 %.<sup>191</sup>

	Information	Sport	Unterhaltung	Fiction	Werbung	Sonstiges
Eurosport	0,0	94,2	-	-	5,7	-
Sport1*	0,6	41,4	20,3	-	37,7	-
ARD/Das Erste	45,5	6,5	5,8	39,6	1,2	1,5
ZDF	48,9	5,3	10,3	33,1	1,4	0,9
Dritte gesamt (arithm. Mittel)	67,8	1,7	7,5	22,2	-	0,8
NDR Fernsehen	73,7	1,7	7,1	17,5	-	0,0
WDR Fernsehen	75,1	1,7	8,6	14,6	-	0,0
hr-fernsehen	60,4	2,2	11,3	26,1	-	0,0
SWR/SR Fernsehen	66,1	0,5	10,4	23,0	-	0,0
Bayerisches Fernsehen	66,2	1,9	4,4	22,9	-	4,7
RBB Fernsehen	66,8	1,6	4,8	26,1	-	0,7
MDR Fernsehen	66,2	2,2	6,2	25,0	-	0,4
RTL	27,7	1,5	35,1	22,5	13,1	-
Sat.1	20,3	1,1	38,8	24,0	15,6	0,2
3sat	73,3	0,7	7,1	18,0	0,0	0,9
kabeleins	16,3	0,5	1,9	64,5	16,8	0,0
ProSieben	16,9	-	10,8	57,9	14,2	0,3
RTL II	21,2	-	10,1	46,7	22,1	0,0
Super RTL	2,5	-	2,0	59,4	34,1	2,0
VOX	35,4	-	12,1	38,3	14,2	0,0
sixx	24,6	-	2,6	58,8	14,1	0,0
Tele 5	6,3	-	0,0	59,7	34,0	0,0
Das Vierte	25,2	-	5,6	30,2	39,0	-
Gesamt in %	39,2	6,4	9,9	32,4	11,5	0,6
Gesamt in Min.	4 244 616	696 035	1 076 097	3 505 182	1 242 180	60 434
Gesamt in Std.	70 744	11 600	17 935	58 420	20 703	1 007

Tabelle 11: Programmangebot nach Programmsparten in ausgewählten TV-Sendern 2011

(Sendungsdauer, in %; \*Die Angaben für Sport1 beziehen sich auf den Zeitraum 1.1. – 31.12.2010; Quelle: Rühle, Angela (2012). *Programmpreise zwischen Markt und öffentlichen Interesse*. URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/11-2012\\_Ruehle.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/11-2012_Ruehle.pdf) [Stand 28.06.2013], S. 559)

Positiv in Bezug auf die Philosophie der Öffentlich-Rechtlichen, verstärkt die Jugend mit dem eigenen Programm ansprechen zu wollen, trägt auch der Sport einen kleinen Teil dazu bei. Dies beweist die folgende Grafik, die zeigt, dass der Anteil der 14-29-Jährigen bei Sportangeboten in ARD und ZDF im Vergleich zum Gesamtprogramm um jeweils 2,3 % zunimmt.<sup>192</sup>

<sup>191</sup> vgl. ebd.: S. 559

<sup>192</sup> vgl. ebd.: S. 568

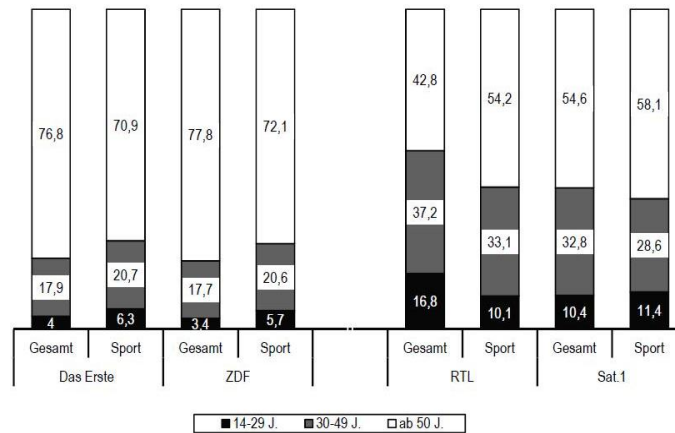


Abbildung 19: Zuschauerstruktur Gesamtprogramm vs. Sportangebot

(Strukturanteil in %; Quelle: Rühle, Angela (2012). *Programmprofile zwischen Markt und öffentlichen Interesse*. URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/11-2012\\_Ruehle.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/11-2012_Ruehle.pdf) [Stand 28.06.2013], S. 568)

In der ARD-Online-Studie von 1997 heißt es (noch): „Onlinemedien genießen in der Öffentlichkeit hohe Aufmerksamkeit, sind aber noch wenig verbreitet“. <sup>193</sup> 6,5 % nutzen in diesem Jahr die vorhandenen Onlinedienste. Sechs Jahre später liegt der Wert bereits bei 53,5 %, 2012 bei 75,9 % (Tabelle 12). 1997 wird das Internet vorrangig beruflich genutzt, der Großteil der Nutzer ist daher im Alter von 20-39 Jahren. Bereits 2003 hat der Wert der 14-19 Jährigen (92,1 %) den der „Alten“ endgültig überholt, das Internet wird zunehmend in der Ausbildung genutzt und die Werte – in allen Altersgruppen – steigen unaufhaltsam an (Tabelle 13). <sup>194</sup>

	1997	2000	2003	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
gelegentliche Onlinenutzung										
in %	6,5	28,6	53,5	59,5	62,7	65,8	67,1	69,4	73,3	75,9
in Mio	4,1	18,3	34,4	38,6	40,8	42,7	43,5	49,0	51,7	53,4
Zuwachs gegenüber dem Vorjahr in %	-	64	22	3	6	5	2	13	6	3
Onlinenutzung innerhalb der letzten vier Wochen <sup>1)</sup>										
in %			51,5	57,6	60,7	64,3	64,7	68,1	72,6	74,7
in Mio			33,1	37,4	39,5	41,7	42,0	48,1	51,2	52,2
Zuwachs gegenüber dem Vorjahr in %			17	2	6	5	1	15	6	2

Tabelle 12: Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland 1997 bis 2012

(Personen ab 14 Jahren; 1) Erst ab 2003 erhoben; Basis: Bis 2009: Deutsche ab 14 Jahren in Deutschland (2009: n=1.806, 2008=1.802, 2007: n=1.822, 2006: n=1.820, 2003: n=1.955, 2000: n=3.514, 1997: n=15.431). Ab 2010: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (2012: n=1.800, 2011: n=1.800, 2010: n=1.804); Quelle: van Eimeren,

<sup>193</sup> van Eimeren; Oehmichen; Schröter, 1997: S. 2

<sup>194</sup> van Eimeren; Frees, 2012: S. 363



Birgit; Frees, Beate (2012). *76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte*.  
 URL: [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012\\_Eimeren\\_Frees.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Eimeren_Frees.pdf) [Stand 09.07.2013], S. 363)

	1997	2000	2003	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Gesamt	6,5	28,6	53,5	59,5	62,7	65,8	67,1	69,4	73,3	75,9
Männer	10,0	36,6	62,6	67,3	68,9	72,4	74,5	75,5	78,3	81,5
Frauen	3,3	21,3	45,2	52,4	56,9	59,6	60,1	63,5	68,5	70,5
14–19 J.	6,3	48,5	92,1	97,3	95,8	97,2	97,5	100,0	100,0	100,0
20–29 J.	13,0	54,6	81,9	87,3	94,3	94,8	95,2	98,4	98,2	98,6
30–39 J.	12,4	41,1	73,1	80,6	81,9	87,9	89,4	89,9	94,4	97,6
40–49 J.	7,7	32,2	67,4	72,0	73,8	77,3	80,2	81,9	90,7	89,4
50–59 J.	3,0	22,1	48,8	60,0	64,2	65,7	67,4	68,9	69,1	76,8
ab 60 J.	0,2	4,4	13,3	20,3	25,1	26,4	27,1	28,2	34,5	39,2
in Ausbildung	15,1	58,5	91,6	98,6	97,6	96,7	98,0	100,0	100,0	100,0
berufstätig	9,1	38,4	69,6	74,0	78,6	81,8	82,3	82,4	87,0	90,7
Rentner/nicht berufstätig	0,5	6,8	21,3	28,3	32,0	33,6	34,7	36,4	45,0	44,7

Tabelle 13: Internetnutzer in Deutschland 1997 bis 2012

(gelegentliche Nutzung, in %; Basis: Bis 2009: Deutsche ab 14 Jahren in Deutschland (2009: n=1.806, 2008=1.802, 2007: n=1.822, 2006: n=1.820, 2003: n=1.955, 2000: n=3.514, 1997: n=15.431). Ab 2010: Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren (2012: n=1.800, 2011: n=1.800, 2010: n=1.804); Quelle: van Eimeren, Birgit; Frees, Beate (2012). *76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte*. URL: [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012\\_Eimeren\\_Frees.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Eimeren_Frees.pdf) [Stand 09.07.2013], S. 363)

Inwieweit die jüngeren Generationen online erreicht werden, z.B. im Rahmen der Berichterstattung der Olympischen Spiele 2012 in London, zeigt zusätzlich die folgende Tabelle zum Abruf von Videodateien im Internet. Live fernsehen im Internet hat zwischen 2006 und 2012 um 16 % zugenommen, die generelle Nutzung von Videoinhalten sogar um 42 %.<sup>195</sup> Hieran hat zwar auch die Nutzung von Videoportalen wie YouTube oder das (il)legale Ansehen beispielsweise amerikanischer Serien einen großen Anteil, doch kann sich der Sport an diesen Zahlen grundsätzlich orientieren und weiter auf die Onlineberichterstattung bauen. Denn bereits Kapitel 3.1. hat gezeigt, wie erfolgreich die Online-Streams der London-Berichterstattung gewesen sind – 30 Millionen Aufrufe verzeichnen die Anbieter.<sup>196</sup> Tabelle 14 und Abbildung 20 dokumentieren den Wandel der Nutzung von Videodateien im Internet von 2006 – 2012 und zeigen die Inhalte, die im Rahmen des Online-Fernsehens gewählt werden. 2011 ist der Sport mit einem Wert von 36 % (Nutzung innerhalb der letzten sechs Monate) eher im schwachen Mittelfeld anzusiedeln.<sup>197</sup> Es ist jedoch davon auszugehen, dass sich die Grafik mit der Liveberichterstattung aus London zu Gunsten des Sports verschoben hat.

<sup>195</sup> vgl. ebd.: S. 372

<sup>196</sup> vgl. HAZ.de, 2012

<sup>197</sup> vgl. Frees; van Eimeren, 2011: S. 352

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Video (netto) gesamt	28	45	55	62	65	68	70
davon:							
Videoportale	–	34	51	52	58	58	59
Fernsehsendungen/Videos zeitversetzt	10	10	14	21	23	29	30
Live fernsehen im Internet	7	8	12	18	15	21	23
Videopodcasts	3	4	7	6	3	4	4

Tabelle 14: Abruf von Videodateien im Internet 2006 bis 2012

(zumindest gelegentlich, in %; Basis: Bis 2009: Deutsche ab 14 Jahren (2009: n=1.212, 2008=1.186, 2007: n=1.142, 2006: n=1.084). Ab 2010: Deutschsprachige Onlinenutzer ab 14 Jahren (2012: n=1.366, 2011: n=1.319, 2010: n=1.252); Quelle: van Eimeren, Birgit; Frees, Beate (2012). *76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte*. URL: [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012\\_Eimeren\\_Frees.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Eimeren_Frees.pdf) [Stand 09.07.2013], S. 372)

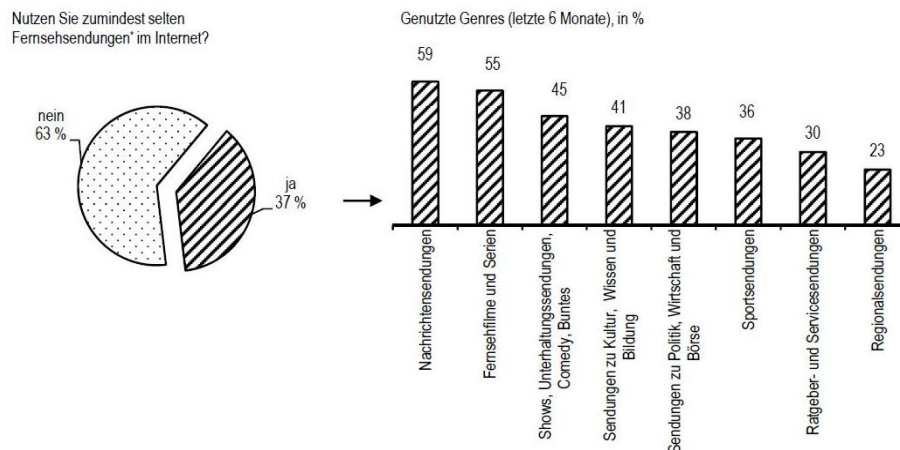


Abbildung 20: Nutzung von Fernsehsendungen im Internet 2011

(genutzte Genres innerhalb der letzten 6 Monate; \*Fernsehsendungen: Fernsehsendungen (live/zeitversetzt), Videopodcasts oder Ausschnitte von Fernsehsendungen; Basis: Onlinenutzer ab 14 Jahren in Deutschland (n=1.319); Befragte, die zumindest selten Fernsehsendungen ganz oder teilweise live/zeitversetzt im Internet nutzen (n=489); Quelle: Frees, Beate; van Eimeren, Birgit (2011). *Bewegtbildnutzung im Internet 2011: Mediatheken als Treiber*. URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online11/FreesEimeren.pdf> [Stand 09.07.2013])

So sehr sich das Internet auch in den letzten Jahren entwickelt hat, hat es das Fernsehen insgesamt, als auch in puncto Sportberichterstattung, (bisher) nicht vom Podium verdrängen können. In praktisch allen Altersgruppen ist im Jahr 2012 Fernsehen als Medium durchgehend am höchsten angesiedelt. Ausnahme: Die 20-29-Jährigen informieren sich in Sachen Sport bereits

lieber im Internet (64,2 %) als im TV (59,3 %, s. Abbildung 21).<sup>198</sup> Blickt man auf die gesamt-durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer der Medien, so steht auch hier das Internet bei den (diesmal) 14-29-Jährigen mit 150 Minuten/Tag vor dem Fernsehen (138 Minuten/Tag). Insgesamt liegt dieses jedoch mit 242 Minuten täglich deutlich auf Platz 1, sogar der Hörfunk (191 Min./Tag) landet in der Gesamtwertung noch vor dem Internet (83 Min./Tag, s. Tabelle 15).<sup>199</sup>

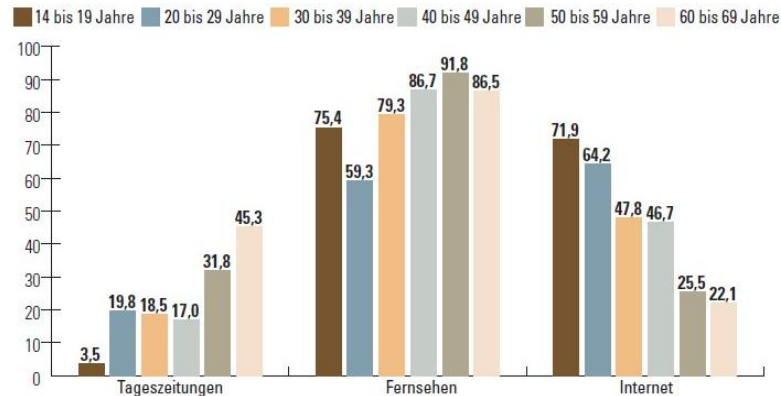


Abbildung 21: Nur TV überzeugt Jung und Alt

(Nutzung von Tageszeitungen/Fernsehen/Internet als Sportinformationsmedien 2012; Angaben in Prozent; Basis: 570 Sportmediennutzer zwischen 14 und 69 Jahren; Quelle: Koch, Natascha (2012). *Studie – Deutsche sehen Sport am liebsten im TV – noch*. URL: [http://www.horizont.net/aktuell/specials/pages/protected/Studie-Deutsche-sehen-Sport-am-liebsten-im-TV---noch\\_111815.html](http://www.horizont.net/aktuell/specials/pages/protected/Studie-Deutsche-sehen-Sport-am-liebsten-im-TV---noch_111815.html) [Stand 09.07.2013])

	Fernsehen <sup>1</sup>	Hörfunk <sup>2</sup>	Internet <sup>3</sup>	Zeitung <sup>4</sup>	Tonträger <sup>2</sup>	Buch <sup>4</sup>	Zeitschrift <sup>4</sup>
Gesamt	242	191	83	23	31	22	6
14–29 J.	138	146	150	10	72	30	4
30–49 J.	226	207	99	18	29	15	4
ab 50 J.	297	200	42	34	13	23	9

Tabelle 15: Durchschnittliche tägliche Nutzungsdauer der Medien 2012

(in Min./Tag; 1) AGF/GfK: 1. Halbjahr 2012, 2) ma 2012/I, 3) ARD-ZDF-Onlinestudie 2012, 4) Massenkommunikation 2010; Quelle: van Eimeren, Birgit; Frees, Beate (2012). *76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte*. URL: [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012\\_Eimeren\\_Frees.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Eimeren_Frees.pdf) [Stand 09.07.2013], S. 378)

<sup>198</sup> vgl. Koch, Natascha, 2012

<sup>199</sup> vgl. Frees; van Eimeren, 2012: S. 378

## 4.2 Rolle der Politik

Blickt man zurück auf vergangene Wettbewerbe der Olympischen Spiele oder Fußballweltmeisterschaften begegnen einem mehrere Vorfälle, die mit dem Einfluss der Politik zu tun haben. Sie bieten aufgrund ihrer Verbreitung internationale Aufmerksamkeit und werden daher als Propagandainstrument oder zu sonstigen politischen Zwecken verwendet. Die Olympischen Spiele in Berlin 1936 sind das erste eindeutige Beispiel, wie sehr der Sport unter den Fittichen der Politik stehen kann. Das Naziregime sorgt für Bedenken bei internationalen Verbänden und Regierungen, als Folge daraus treten einige Athleten aus politischen Gründen nicht zum Wettbewerb an. Die Olympiaden 1940 und 1944 werden aufgrund des Zweiten Weltkriegs gestrichen. 1956 sorgen der *Ungarische Volksaufstand* und die *Suezkrise* für die Nicht-Teilnahme mehrerer europäischer, afrikanischer und asiatischer Länder. 1968 in Mexiko sorgen die US-Amerikaner Tommie Smith und John Carlos für Diskussionsstoff: Bei der Siegerehrung des 200-m-Laufes senken sie, auf dem Podest stehend, den Kopf und erheben ihre schwarz behandschuhte Faust. Mit dem Zeichen der „Black-Power-Bewegung“ sprechen sie sich gegen die Rassentrennung in den USA aus. Die Folge: Sie werden vom US-Team der weiteren Wettkämpfe entzogen. 1972 folgt die Geiselnahme israelischer Athleten durch eine palästinensische Terrorgruppe im Olympischen Dorf in München. Sie fordern die Freilassung mehrerer in Israel inhaftierter Landsmänner. 17 Menschen kommen dabei ums Leben (siehe Kapitel 3.1.1). In den drei Durchläufen der Olympischen Sommerspiele 1972 bis 1980 sorgen Generalboykotte dafür, dass vorrangig afrikanische und amerikanische Staaten aus diversen politischen Gründen nicht an den Wettbewerben teilnehmen.<sup>200</sup>

Auch in der Geschichte des Fußballs existieren unschöne Erinnerungen. Zwei Jahre vor der WM 1978 in Argentinien übernimmt in dem südamerikanischen Staat eine Militärdiktatur das politische Geschehen. Folterungen und Ermordungen von Regimegegnern sind keine Seltenheit. Bis zum Ende der Diktatur 1983 werden mindestens 30.000 Menschen getötet. Deutschland, Frankreich und die Niederlande denken im Vorfeld über einen Boykott nach, nehmen letztendlich aber doch am Turnier teil. Die WM 1978 gilt aus das „grausigste Kapitel in der Geschichte der Fußball-Weltmeisterschaften.“<sup>201</sup>

Doch auch durchaus friedlich kann es bei sportlichen Großveranstaltungen zugehen. Ein mustergültiges Beispiel: Bei den Olympischen Spielen in Sydney 2000 marschieren die Athleten aus Süd- und Nordkorea unter einer Flagge zur Eröffnungszeremonie ein. Nach dem Korea-Krieg von 1950-1953 und der daraus folgenden Beendigung aller diplomatischen Beziehungen war mit einem solchen Auftreten nicht zu rechnen.<sup>202</sup>

---

<sup>200</sup> vgl. Olympic.org, 2007: S. 13

<sup>201</sup> Mirbach, 2010

<sup>202</sup> vgl. Olympic.org, 2007: S. 14

Michael Steinbrecher stellt in diesem Zusammenhang die Frage: „Gibt es [überhaupt] unpolitische Olympische Spiele?“<sup>203</sup> Und diese Frage stellt er sich zurecht, denn nicht nur die vorangegangenen Beispiele politischer Instrumentalisierung der sportlichen Wettbewerbe tragen zu den „politischen Spielen“ bei, auch die Finanzierung der Events ist ein großes Thema, das die Politik in die Organisation mit einbezieht. Seit Beginn der neuzeitlichen Olympischen Spiele und seit Beginn der Fußballweltmeisterschaften tragen die jeweils beteiligten Staaten und Städte zumindest Teilkosten an den organisatorischen Maßnahmen. Oftmals beziehen sich diese finanziellen Unterstützungen auf den Bau neuer Stadien, Sportanlagen oder den der Infrastruktur. Olympia ist vor allem für die Steuerzahler des Gastgeberlandes eine teure Angelegenheit. Finanziell bürgt das Großereignis immer ein großes Risiko: Montreal, der Gastgeber der Olympischen Sommerspiele 1976, erlebt ein monetäres Fiasko und benötigt anschließend drei Jahrzehnte, um sich finanziell zu erholen.<sup>204</sup>

Zum Schluss noch etwas zum „Beginn“: „Ganz vorne“ bei Olympia steht nicht nur in zeitlicher, sondern auch finanzieller Hinsicht die Eröffnungsfeier. Und wer ist bei dieser Zeremonie stets vertreten und eröffnet die Spiele mit einer (schon zur Tradition gewordenen) Rede? Das Staatsoberhaupt der Regierung – ein Politiker!

---

<sup>203</sup> Steinbrecher, 2009: S. 71

<sup>204</sup> vgl. Weinreich, 2009

## 5 Positive und negative Entwicklungsschritte

Seit Beginn der engen Kooperation zwischen den Medien und dem Sport haben sich einige Entwicklungen, positiver wie negativer Gestalt, aufgetan, die im folgenden Kapitel dargestellt werden. Vor allem das Fernsehen trägt einen wesentlichen Anteil daran, dass der Sport einerseits zu dem geworden ist, was er heute ist: populär. Andererseits haben sich aber auch erst aufgrund der ausführlichen, medialen Zuwendung zum Sport Begriffe wie Kommerzialisierung, Doping oder Korruption im Sport-Medien-Geschehen etabliert. Laut Güldenpfennig sei die Glaubwürdigkeit der Olympischen Bewegung nicht nur das höchste und wichtigste, sondern gleichermaßen auch das fragilste Gut.<sup>205</sup> Allein die Tatsache, dass solch eine Aussage getätigt wird, zeigt, wie sehr der Sport im medialen Fokus, gar in der medialen Diskussion steht und man sich über die Gewichtung der Positiva und Negativa uneinig ist.

### 5.1 Popularität

Von dem offensichtlichsten aller Entwicklungsschritte profitieren alle Beteiligten der Sport-Medien-Verknüpfung. An erster Stelle steht dabei der Sport im Allgemeinen. Zwar entstanden dessen Anfänge nicht aus den Medien heraus, doch müsste man sich fragen, wo der Sport ohne diese heute stehen würde. Durch die mediale Berichterstattung breit angelegter, sportlicher Themen, die schon vor einigen Jahrhunderten, wenn auch in abgeänderter Form zu heute, Bestand hatte, konnte der Sport das nötige Interesse in der Gesellschaft erlangen und zu einem nicht mehr wegdenkbaren Gut des 21. Jahrhunderts werden. Wie in den vorherigen Kapiteln bereits erwähnt, hat vor allem das Fernsehen als Medium einen besonders großen Anteil daran. Auch die Tatsache, dass beispielsweise Sportarten auf „Anweisung“ der Medien olympisch werden und dadurch enorm an gesellschaftlichem Ansehen gewinnen, ist vorangegangen bereits erwähnt worden (siehe Kapitel 2.3). Weiterhin gewinnen selbstverständlich auch die Medien selbst an Popularität. Bestes Beispiel hierfür: die Etablierung des Fernsehens, vor allem nach der Fußballweltmeisterschaft 1954. Die Sendeanstalten profitieren daran mit.

In der Riege des Sports sind es auch die Athleten, Vereine und Funktionäre, die an Popularität und Ansehen gewinnen und mit der Zeit zu „Idolen“ aufsteigen. Auch die Journalisten werden zunehmend „gehypt“, Namen wie Rubenbauer, Reif oder Réthy sind längst keine Journalisten mehr, sondern Ikonen. Mit dem Sportjournalismus entsteht in diesem Zusammenhang sogar ein völlig neues, hochangesehenes Berufsfeld. Die Werbewirtschaft nutzt die Medien, den Sport und den Sport in den Medien als Plattform der eigenen Vermarktung. Egal ob Sportartikelhersteller, Lebensmittelketten, Technologie- oder Pharmakonzerne, sie alle fördern durch starke Präsenz in den Medien und Sponsoring von Vereinen und Sportlern ihren eigenen Warenabsatz und Nachfrage auf dem Markt.

---

<sup>205</sup> vgl. Güldenpfennig, 2006: S. 97

Sportleragenturen, Spartenprogramme im Sport, Sportzeitschriften, Sportfotografie: Vieles davon wäre nicht so populär geworden, vieles würde nicht einmal existieren. Die Popularität ist demnach eine gewaltige, vorrangig positive Auswirkung aus der gemeinsamen Entwicklung von Sport und Medien.

## 5.2 Kommerzialisierung

Ephraim Kishon, einer der bedeutendsten Satiriker des 20. Jahrhunderts, sagte einmal: „Es geht im Sport nicht nur ums Geschäft. Es geht auch darum, dass die Fans nichts davon merken.“<sup>206</sup> Diese Aussage beschreibt die Umstände zunächst einmal sehr treffend, da im Sport eben nicht mehr nur der Sport alleine zählt, sondern auch das Geschäft. So hat sich der Begriff der Kommerzialisierung im Laufe der Jahre einen äußerst negativen Ruf „erarbeitet“. Viele vergessen heute dabei, dass es eben diese Kommerzialisierung ist, der wir es zu verdanken haben, dass eine Vielzahl von Sportarten in überwältigendem Ausmaß medial präsent ist und vom Sportfan nahezu auf der ganzen Welt konsumiert werden kann. Dennoch lässt es sich natürlich nicht abstreiten, dass die Kommerzialisierung eine Form angenommen hat, die kaum noch messbar ist. Die Vermarktung des Sports in der TV-Übertragung, Werbung in Stadien, zu hohe Eintrittspreise, Sponsoring von Vereinen bis ins Unermessliche oder die typische Diskussion um „Geld schießt Tore“ (teure Transfers im Fußball) sind die Auswirkungen des Kommerzes und verärgern in erster Linie die Fans. Im Rahmen der Olympischen Spiele werden bereits 1912 die amerikanischen Olympioniken von der Firma *Spalding* ausgerüstet. 1920 werden Anzeigen im offiziellen Programmheft der Spiele geschaltet, einzig im Jahr 1924 ist es erlaubt, Werbung innerhalb der Stadien zu platzieren. 1928 wird Coca-Cola offizieller Sponsor, 1932 wird das Olympische Dorf im Anschluss an die Spiele an den Höchstbietenden verkauft. In den 60er Jahren zahlen die Sendeanstalten erstmals für die Rechte der TV-Übertragung. In den 80er Jahren, der Beginn der Amtszeit des IOC-Präsidenten Juan Antonio Samaranch, bekommen die Olympischen Spiele ein neues Gesicht. 1981 wird u.a. beschlossen, dass das Marketing offizieller Bestandteil der Organisation Olympischer Spiele wird. Nicht nur 2008 werden in Peking einige finalen Entscheidungen der Wettkämpfe auf (teuer bezahlten) „Wunsch“ der Medien zeitlich insofern verschoben, sodass diese in den USA zur Primetime gesendet werden können. In China müssen die Sportler dementsprechend in den Morgenstunden antreten.<sup>207</sup>

Kommerzialisierung heißt vom Hobby zum „Vollprofitum“, vom Waldstadion zur Commerzbank-Arena, vom Free- zum Pay-TV, vom Idol zum Werbeträger und vom Werbeträger zum Popstar.<sup>208</sup> Auf der einen Seite fordern die Fußballfans von ihren Vereinen gute (und teure) Transfers, akzeptieren andererseits aber keine Werbeblöcke, die „ihre Stars“ in Form von Fernsehgeldern der Vereine mitfinanzieren. Die Sportler verdienen heute ein Vielfaches ihrer

---

<sup>206</sup> Kishon, o.J., zitiert nach: Schauerte, 2008: S. 39

<sup>207</sup> vgl. Steinbrecher, 2009: S. 111-116

<sup>208</sup> vgl. Simon, 2007: S. 348

Vorgänger, beklagen sich aber über die zu hohe Medienpräsenz, ohne die das eigene Gehalt jedoch weit niedriger ausfallen würde. Stadionbesucher, die über die riesigen TV-Gelder empört sind und die Arbeit der vielzähligen Kameras verachten, sind die ersten, die nach einem Tor auf die Videoleinwand im Stadion blicken, um das Tor noch einmal in der Wiederholung anzusehen. Und die Vereine, welche die Mediengelder schon weit im Voraus fest in ihre finanziellen Planungen einbeziehen, meckern über die verstärkte Medienpräsenz bei Misserfolgen, Transfergerüchten oder Trainerentlassungen.<sup>209</sup> Es kristallisiert sich eindeutig heraus: Wir wollen scheinbar nicht mit, können aber auch nicht ohne die Kommerzialisierung leben. Bleibt nur noch die Frage, wann diese die Traditionswerte des Sports endgültig verdrängt haben wird.

## 5.3 Doping

Es ist schwer zu sagen, zu welchem Zeitpunkt die Skandale im Dopinggeschehen bisher ihren Höhepunkt hatten. Leider gibt es hierzu zu viele Fälle, von denen immer wieder berichtet wird, dies sei der schlimmste gewesen. Der Dopingskandal der DDR beispielsweise hat in den 70er Jahren seinen Höhepunkt. In dieser Zeit werden den jungen Sportlern, größtenteils ohne deren Kenntnis, Dopingmittel aus staatlicher Hand verabreicht. Die Sportler tragen teils sogar gesundheitliche Schäden davon, der Fall kommt erst Jahre später an die Öffentlichkeit.<sup>210</sup> 1988 gewinnt der kanadische Sprintläufer Ben Johnson Gold im 100-m-Finale der Herren – Weltrekord in 9,79 Sekunden. Ihm wird später das anabole Steroid Stanozolol nachgewiesen, muss seine Medaille wieder abgeben und wird vorerst lebenslanglich gesperrt. 1990 wird diese aufgehoben, Johnson tritt 1992 in Barcelona an, scheidet jedoch im Halbfinale aus. Ein Jahr später wird ihm erneutes Doping nachgewiesen, was eine endgültig lebenslangliche Sperre nach sich zieht. 1994 wird der argentinische Fußballstar Diego Maradona von der Weltmeisterschaft in den USA ausgeschlossen, er hat von dem verbotenen Mittel Ephedrin Gebrauch gemacht. 1999 der Fall Dieter Baumann: Er gilt als einer der erfolgreichsten Leichtathleten der 90er Jahre und leidenschaftlicher Kämpfer gegen Doping. Nun wird auch ihm ein Dopingmittel in Trainingskontrollen nachgewiesen, er wird gesperrt bis 2002. Baumann beendet 2003 seine Karriere, behauptet, ihm sei die Substanz von Fremden in die Zahnpasta injiziert worden, der Fall ist bis heute nicht geklärt. 2002 wird der für Spanien startende Allgäuer Johann Mühlegg des Dopings beschuldigt, da er positiv auf den ausdauerfördernden Wirkstoff Darbepoetin getestet wird. Er gewinnt zuvor dreimal Gold, wird am letzten Wettkampftag disqualifiziert, vom Internationalen Skiverband FIS für zwei Jahre gesperrt. Die Medaillen werden ihm aberkannt.<sup>211</sup> Die Geschichten setzen sich weiter fort. 2012 in London werden – zusammen gerechnet mit denen der Paralympics – 6.250 Kontrollen durchgeführt. 1.000 Mitarbeiter analysieren rund um die Uhr die Proben in den Laboren. Ein Erfolg: Bereits vor Start der Wettkämpfe werden 107 Athleten posi-

---

<sup>209</sup> vgl. Leder, 2008: S. 74

<sup>210</sup> vgl. Reichhelm, 2013

<sup>211</sup> vgl. Dreher; Kuss, 2013; vgl. FOCUS Online, 2013



tiv getestet und von der Qualifikation an den Olympischen Spielen ausgeschlossen.<sup>212</sup> Aktuellster Fall ist die Diskussion um die Sprintstars Tyson Gay (USA), Asafa Powell, Nesta Carter und Sherone Simpson (Jamaika). Der Skandal rund um die analysierten Ergebnisse der A-Probe eines Wettkamps im Mai 2013 gelangt knapp einen Monat vor der Leichtathletik-WM in Moskau im August an die Öffentlichkeit und sorgt im Juli 2013 für heftigen Diskussionsstoff in den Medien. Nach diesen Ergebnissen bleibt letztlich nur Nesta Carter unbelastet. Danach ist bei acht (!) der zehn schnellsten 100-m-Läufer der Geschichte Doping nachgewiesen worden. Der zweite unbelastete Sprinter neben Nesta Carter ist ausgerechnet der schnellste Mann der Welt und aktueller Weltrekordhalter Usain Bolt (Stand: Juli 2013).<sup>213</sup>

Erst seit den 1960er Jahren werden solche Dopingkontrollen verstärkt bei den Olympischen Spielen durchgeführt, erstmals 1968 in Mexiko. Nach erneuten Dopingvorfällen im Radsport 1998 wird 1999 die internationale Anti-Doping-Agentur WADA gegründet. Diese ist u.a. für Anti-Doping-Forschung, Trainingskontrollen und die Beratung der Athleten verantwortlich. Bereits 1993 betreibt der Deutsche Sportbund gemeinsam mit dem NOK die Anti-Doping-Kommission (ADK). Diese wird 2002 von der Nationalen Anti-Doping-Agentur Deutschland (NADA) abgelöst. Von nun an sollen die Kontrollen also strenger und exakter werden, sodass die Olympics nicht zu den „Pharmalympics“<sup>214</sup> werden. Tatsächlich werden ab der Jahrtausendwende aufgrund verstärkter Kontrollen bereits im Vorfeld mehr Fälle aufgedeckt, die Liste verbotener Substanzen von der WADA ständig erweitert.<sup>215</sup>

Auch Todesfälle sind in der Geschichte des Dopings vorgekommen. 1960 stirbt der dänische Radrennfahrer Knud Enemark Jensen im 100-km-Mannschaftsrennen. Zunächst wird ein Hitzeschlag vermutet, später wird der gesamten dänischen Mannschaft der Konsum von Amphetaminen nachgewiesen. 1987 stirbt die deutsche Leichtathletin Birgit Dressel an Organversagen. 120 verschiedene Substanzen, darunter Anabolika, soll sie kurz vor ihrem Tod zu sich genommen haben. 1993 stirbt der Kugelstoßer Ralf Reichenbach an Herzversagen, wenig später auch sein Konkurrent aus den 70er Jahren Uwe Beyer. Beide hatten vorher bereits angegeben, mit Anabolika gedopt gewesen zu sein.<sup>216</sup>

Unter den ständigen Dopingaffären ganz eindeutig leiden muss die sportliche Fairness und Ausgeglichenheit im Wettkampf. Diese werden stark dadurch vernachlässigt, indem Athleten illegale Substanzen zu sich nehmen und so die eigene Ausdauer o.ä. fördern. Das Fairplay wird unaufhaltsam angegriffen, die Athleten agieren nicht mehr auf einem Niveau.<sup>217</sup> Karikaturist Götz Wiedenroth entwirft dazu im Vorfeld der Spiele 2008 in Peking eine Zeichnung mit dem Titel „Zwei ehrliche Ehrenmedaillen“. Zu sehen ist eine Siegerehrung bei den Olympischen

---

<sup>212</sup> vgl. Handelsblatt, 2012

<sup>213</sup> vgl. KICKER Online, 2013

<sup>214</sup> Steinbrecher, 2009: S. 134

<sup>215</sup> vgl. ebd.: S. 133 ff.

<sup>216</sup> vgl. NADA, 2007

<sup>217</sup> vgl. Steinbrecher, 2009: S. 147 f.

Spiele in Peking. Im Vordergrund stehen zwei Siegerathleten mit ihren Medaillen. Ron Testosto trägt die Medaille mit der Aufschrift „Dem Unverfrorensten Dopingsünder“, Anna Bolika, eine muskulöse Frau mit Arm- und Brustbehaarung, gewinnt die Medaille der „am längsten unentdeckte(n) Dopingsportlerin“.

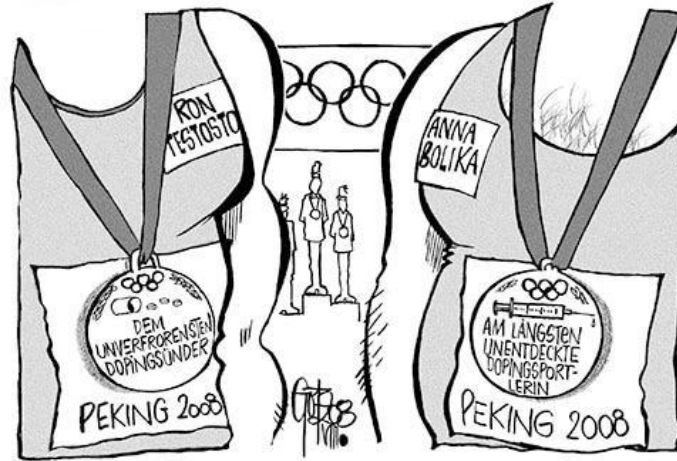


Abbildung 22: Zwei ehrliche Ehrenmedaillen

(Zeichnung: Götz Wiedenroth; Quelle: Behringer, Wolfgang (2012). *Kulturgeschichte des Sports: Vom antiken Olympia bis ins 21. Jahrhundert*. München: Verlag C.H. Beck, S. 272)

## 5.4 Korruption

Bezüglich der aktuell anstehenden und kürzlich vergangenen Großveranstaltungen im Sport stehen viele Korruptionsvorwürfe im Raum. Der vorläufige Höhepunkt wird im Rahmen der Olympischen Winterspiele 2002 in Salt Lake City erreicht. Nach der Zustimmung zur Austragung in der bis dato noch weniger bekannten Wintersportmetropole wird publik, dass sich mindestens 24 Mitglieder des IOC vom Salt Lake City-Bewerbungskomitee haben bestechen lassen. Vier IOC-Angehörige treten zurück, fünf werden suspendiert. Bereits zur Olympiade in Sydney 2000 wird zwei IOC-Mitgliedern Bestechlichkeit unterstellt. Auch bei der Vergabe der Spiele nach London 2012 soll der bulgarische NOK-Präsident Iwan Slawkow seine Stimme für Geld verkauft haben. Er wird suspendiert, vier weitere landen auf der Liste der „Unerwünschten“.<sup>218</sup> Auch die Spiele in Sotschi 2014 stehen mächtig in der Kritik. 12 Milliarden Dollar werden für den Wettbewerb kalkuliert, tatsächlich werden Gesamtkosten von rund 50 Milliarden Dollar investiert. 25 bis 30 Milliarden sollen dabei „versickert“ sein. Politiker, Geschäftsleute, Putin-

<sup>218</sup> vgl. Mitteldeutsche Zeitung, 2010

Vertraute sollen daraus Profit geschlagen haben.<sup>219</sup> Längst wurde von Experten schon darüber beraten, eine WACA – eine Anti-Korruptions-Agentur – analog zur WADA zu gründen. Doch bisher sind in diese Überlegung keine weiteren Gedanken investiert worden.<sup>220</sup>

Auch im Rahmen der Fußballweltmeisterschaft entstehen immer wieder neue Gerüchte der Korruption. Aktuell handelt die Debatte von den WM-Vergaben 2018 und 2022 nach Russland bzw. Katar. Im Rahmen der Zustimmung zur WM 2018 in Russland fallen vier Namen renommierter FIFA-Exekutiv-Mitglieder, die sich mit abstrusen Forderungen an die Bewerber gewendet haben sollen, um so einen „kleinen“ zusätzlichen Verdienst einzuheimsen. Im Gegenzug erhält das „entgegenkommende“ Bewerberland deren Stimme. Zwei weitere Exekutiv-Mitglieder werden von der FIFA vorläufig für ein bzw. drei Jahre suspendiert. Ihnen wird ebenfalls vorgeworfen, ihre Stimmen im Rahmen der Vergabe der WM 2018 und 2022 feilgeboten zu haben.<sup>221</sup> Im Kontext der in den Medien präsenten Diskussionen veröffentlicht der Comiczeichner Guido Schröter 2010 eine kurze, auf die Korruptionen anspielende Bildergeschichte in der Süddeutschen Zeitung. Das Thema: FIFA-Präsident Joseph Blatter stellt sich den Medien und deren Frage, was eigentlich passieren würde, wenn zwei Mannschaften punkt- und torgleich sind:

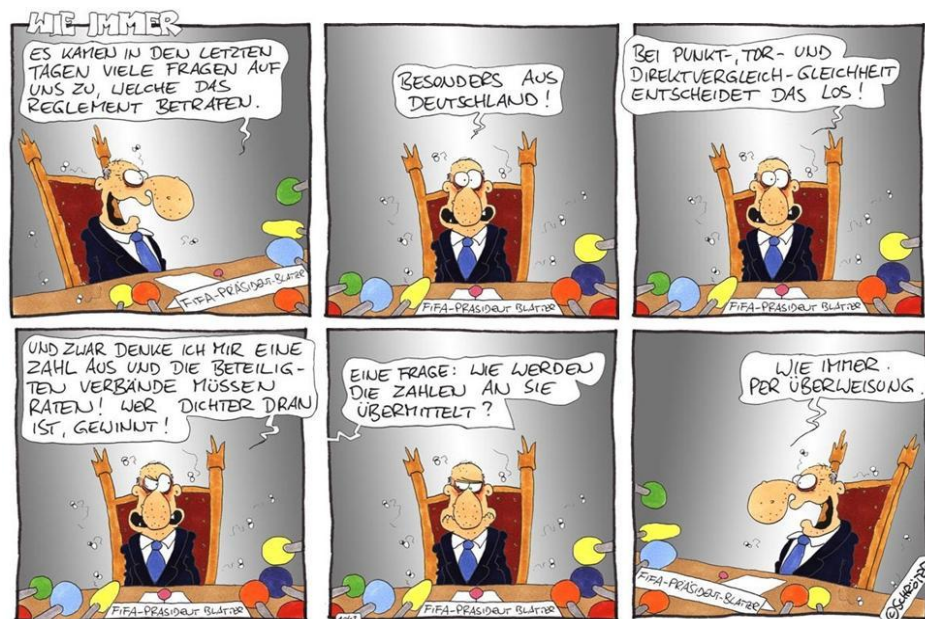


Abbildung 23: Wie Blatter entscheidet

(Zeichnung: Guido Schröter; Quelle: in Anlehnung an: Süddeutsche.de (2010). *Wie Blatter entscheidet*. URL: <http://www.sueddeutsche.de/sport/wm-comic-wie-blatter-entscheidet-1.962921> [Stand 08.07.2013])

<sup>219</sup> vgl. Steiner, 2013

<sup>220</sup> vgl. Pound, 2011

<sup>221</sup> vgl. Schmidt, 2011

## 5.5 Sonstiges

Einerseits physischer Mediendruck bis hin zur medialen Gewalt, andererseits die Auswirkungen auf das Mediennutzungsverhalten oder das Public Viewing. All das sind weitere Errungenschaften, die sich mit den Jahren aus dem Sport-Medien-Bezug heraus (weiter) entwickelt haben. Dass es für Personen des öffentlichen Lebens oftmals schwierig ist, dem Druck der Medien stand zu halten, zeigen Beispiele vor allem aus jüngerer Vergangenheit. Darunter zählen ehemalige Spitzensportler wie Sven Hannawald und Robert Enke (siehe Kapitel 2.2) sowie der Fußballprofi Sebastian Deisler und der Fußballschiedsrichter Babak Rafati. Depressionen oder Burnout-Syndrom sind die häufigsten Ursachen, die dazu führen, dass sich Profis aus dem öffentlichen Leben zurückziehen. Der ehemalige Nationaltorhüter Robert Enke nimmt sich sogar das Leben, Babak Rafati unternimmt 2011 einen Suizidversuch.<sup>222</sup> Es lässt sich nicht deutlich festmachen, welchen Anteil die Medien an den gesundheitlichen Folgen wirklich haben, doch ist bekannt, dass die Belastungen derer, die tagtäglich unter öffentlicher Beobachtung und Kritik stehen, enorm sind. Meinhart Volkamer beschreibt 1982 das ständige Aufrollen strittiger Szenen oder Schiedsrichterentscheidungen während eines Fußballspiels weniger als Gewalt, sondern vielmehr als beeindruckendes und unterhaltendes Erlebnis, ein „ungefährlicher Nervenkitzel“, der in erster Linie für Spannung sorgt.<sup>223</sup> Doch wie schnell aus physischem Mediendruck wahre Mediengewalt und aus ungefährlichem Nervenkitzel langfristige Erkrankungen der im Mittelpunkt stehenden Akteure werden können, zeigt die Gegenwart.

In positiver Hinsicht locken große Public Viewing Veranstaltungen pünktlich zu den sportlichen Großevents die deutschen Zuschauer auf die Fanmeilen, in die Kneipen, in Hallen und Stadien, zu Nachbarn oder Freunden. Das gemeinschaftliche Verfolgen sportlicher Wettbewerbe fördert in erster Linie das Miteinander, die nationale Identität, das Gesellschafts- und Gemeinschaftsgefühl. Man unternimmt wieder etwas mit Freunden, feiert gemeinsam, macht neue Bekanntschaften. Public Viewing trägt wesentlich zur gesellschaftlichen Entwicklung bei und spült als „wirtschaftlicher Nebeneffekt“ auch noch Geld in die Kassen – darüber freuen sich die Ausrichter und Gastronomievertreter. Negativ für die Sendebetriebe: Public Viewing wird (noch) nicht in den von der GfK gemessenen Zuschauerzahlen mit einbezogen. Somit schwächt das gemeinsame Verfolgen in oben genannter Form vor allem zu Zeiten von Fußballwelt- und Europameisterschaft, zu denen das Interesse an Public Viewing am höchsten ist, die realen Zuschauerwerte ein wenig ab und „zerstört“ die Repräsentativität der Ergebnisse.<sup>224</sup> Weiterhin hat das Ausrichten Olympischer Spiele oder einer Fußballweltmeisterschaft große Auswirkungen auf das Ausrichterland, vor allem in der Bauwirtschaft und im Tourismus verzeichnen die Länder enorme Fortschritte.<sup>225</sup>

---

<sup>222</sup> vgl. KICKER Online, 2011

<sup>223</sup> Volkamer, 1982: S. 99

<sup>224</sup> vgl. Mantel, 2012

<sup>225</sup> vgl. Steinbrecher, 2009: S. 66



## 6 Expertenumfrage

Im Rahmen dieser Arbeit wurde eine Umfrage durchgeführt, die Experten aus den Bereichen Sport und Medien (siehe Anhang B-H), darunter ehemalige und aktive Sportler wie Vereinsfunktionäre und Sportjournalisten, in die Auswertungen dieser Arbeit mit einbezieht. Hierbei wurden bis zu sechs offene Fragen gestellt (siehe Anhang A, S. XXVI ff.), die in der Bearbeitung eine umfangreichere Beantwortung erforderten als es beispielsweise bei Umfragen im Multiple-Choice-Verfahren der Fall ist. Aufgrund dessen lag die Rücklaufquote zwar nur bei rund 16 %, jedoch handelt es sich bei den (im Vergleich wenigen) ausgefüllten Fragebögen dafür um kostbare Antworten mit Persönlichkeitswert, welche die zuvor untersuchte Thematik weiterhin unterstützen. Aufgrund des Umfangs der zu gebenden Antworten erhält die Umfrage darüber hinaus in einigen Fällen einen Interviewcharakter. Die Befragungen fanden per E-Mail, Post und Telefon in der Zeit vom 24.06. bis 13.07.2013 statt. Teilgenommen haben: Manfred Breuckmann, Dr. Michael Groß, Nadine Horchler, Ulrike Nasse-Meyfarth, Iris Niemeier, Dieter Kürten und Hans-Joachim Watzke.

Die Berichterstattung während der Olympischen Spiele 1936 sei im Vergleich zu dem, was heute Gang und Gebe ist, belanglos und dilettantisch<sup>226</sup>, beherrscht von „Propaganda, Heldentum und Elitedenken“ gewesen.<sup>227</sup> Zur WM 1954 habe es noch ähnlich ausgesehen, mit dem Sieg der deutschen Nationalmannschaft sei vor allem der dadurch entstandene nationalistische Gedanke dafür verantwortlich gewesen, dass letztendlich der Sport und damit auch das Fernsehen einen gigantischen Aufschwung erleben durften.<sup>228</sup> Der Begriff der Elite wird nach den Erlebnissen 1936 jedoch bewusst umgangen. Mit den Erfolgen des Fernsehens geht es zunächst um die reine Darbietung sportlicher Ereignisse. Die Bekanntheit in der Öffentlichkeit, wie sie heute im Mittelpunkt sportlicher Berichte steht, erlangen z.B. die Akteure aus dem Wintersport allenfalls durch die Printmedien.<sup>229</sup> Von diesem „Pathos“ entwickelt sich die Reportage in eine Richtung der Sachlichkeit, mit dem aufstrebenden „Showbusiness“ im Sport weiter zur heutigen Emotionalität. Kommentatoren agieren teilweise wie Marktschreier, wollen ihr Produkt, das von vornherein das Beste und Größte von allen ist und nichts mehr mit „kultureller Leistung“ zu tun hat, an den Mann bringen.<sup>230</sup> Denn neben sportlichen Ergebnissen stehen heute zunehmend Hintergrundberichte über die Sportler selbst oder die Veranstaltungsorte im Fokus.<sup>231</sup> Über die Olympischen Spiele 1972 berichten lediglich ARD, ZDF und Sender aus der DDR, heute ist die Medienlandschaft sehr viel breiter aufgestellt. Neben erweiterten TV-Senderangeboten existiert

---

<sup>226</sup> vgl. Anhang B: Telefoninterview mit Manfred Breuckmann (11.07.2013), S. XXIX (zukünftig zitiert als: Breuckmann, Anhang B)

<sup>227</sup> Anhang E: Schriftliche Umfrage mit Ulrike Nasse-Meyfarth (01.07.2013), S. XXXVI (zukünftig zitiert als: Nasse-Meyfarth, Anhang E)

<sup>228</sup> vgl. Breuckmann, Anhang B: S. XXIX

<sup>229</sup> vgl. Anhang F: Schriftliche Umfrage mit Iris Niemeier (04.07.2013), S. XXXIX (zukünftig zitiert als: Niemeier, Anhang F)

<sup>230</sup> Breuckmann, Anhang B: S. XXIX ff.

<sup>231</sup> vgl. Niemeier, Anhang F: S. XXXIX

auch eine größere mediale Auswahl im Print- und Onlinebereich, was laut Ulrike Nasse-Meyfarth jedoch nicht zwingend auch ein breiteres Sportangebot zur Folge hat. Mit der Abschaffung des Amateur-Paragraphen wird der olympische Sport auch für die Wirtschaft interessanter, der große Hype um Werbung und Sponsoren findet seinen Anfang. Nasse-Meyfarth sieht vor allem in naher Vergangenheit ebenso eine Weiterentwicklung des Arbeitsmarktes, da junge Leistungssportler vermehrt als höchstqualifizierte Fachkräfte angesehen werden, die aufgrund ihrer eigens erlebten Softskills im Anschluss an ihre sportliche Karriere einen guten Eindruck auf dem Arbeitsmarkt machen (könnten). Denn nur die wenigsten Sportler können sich finanziell so weit absichern, dass sie sich um ihre Zukunft keine Gedanken machen müssen. Andere, die nicht gerade aus den Profibereichen des Fußballs, Basketballs oder der Formel 1 stammen, absolvieren während ihrer Sportlerkarriere eine Ausbildung/Studium, arbeiten neben dem Sport „hauptberuflich“ in anderen Branchen und übernehmen nach der aktiven Karriere im besten Fall Trainer- oder Funktionärsstellen bei Vereinen o.ä.<sup>232</sup>

Manfred Breuckmann vergleicht die Unterschiede in der Berichterstattung auch unter dem Aspekt, dass früher eine angenehme Atmosphäre herrschte, wenn Journalisten mit der deutschen Fußballnationalmannschaft auf Länderspielreise waren. Die Sportler sprachen ohne Bedenken mit den Medienvertretern vor laufenden Mikrofonen und Kameras, waren sich auch nicht dafür zu schade, einmal in der „Sprüchettrommel“ zu rühren, da man es früher noch nicht zu befürchten hatte, anschließend tagelang medial zerrissen zu werden. Heute werden bereits die 18- oder 19-Jährigen darin geschult, wie sie Interviews zu führen haben, was sie sagen dürfen und was sie besser für sich behalten sollten. Eine für Breuckmann eher „ungute Entwicklung“, da Interviews dadurch zunehmend an Attraktivität und Charakter verlieren. Dennoch kann diese Entwicklung dem Fußball seinen Reiz und die Ungewissheit über den Ausgang eines Spiels nicht nehmen.<sup>233</sup> Auch Michael Groß ist der Ansicht, dass Profisport nach wie vor ein Wettkampf mit festgelegten Regeln ist und es sich nicht um mediale Inszenierung handelt. Zwar schreitet dieser in gewisser Weise voran zu einer Form medialen Großevents mit Showcharakter, doch sei der allgemeine Sport und damit „99,9 % der Athleten“ davon nicht betroffen.<sup>234</sup> Der Mediensport treibt den Größenwahn des Fernsehpublikums getreu dem Motto „höher, schneller, weiter“ stetig voran und erreicht eine wachsende Anzahl an sportinteressierten Zuschauern.<sup>235</sup> Bei diesen handelt es sich weniger um Zuschauer vom Fach, wie es beispielsweise früher bei den Veranstaltungen des Weltcupskispringens der Fall war, sondern um ein gestreutes Publikum, das zunehmend „an dem Drumherum“ interessiert ist.<sup>236</sup> Im Großen und Ganzen ist dieses Drumherum der medialen Aufbereitung eines Sportevents zu einem Sport-Medien-Event „breitflächiger, dynamischer, dazu ideenreicher“ geworden.<sup>237</sup> Die Aufmerksamkeit in der Gesell-

---

<sup>232</sup> vgl. Nasse-Meyfarth, Anhang E: S. XXXVI ff.

<sup>233</sup> Breuckmann, Anhang B: S. XXX

<sup>234</sup> Anhang C: Schriftliche Umfrage mit Michael Groß (13.07.2013), S. XXXIII (zukünftig zitiert als: Groß, Anhang C)

<sup>235</sup> Anhang D: Schriftliche Umfrage mit Nadine Horchler (10.07.2013), S. XXXIV (zukünftig zitiert als: Horchler, Anhang D)

<sup>236</sup> Niemeier, Anhang F: S. XXXIX

<sup>237</sup> Anhang G: Schriftliche Umfrage mit Dieter Kürten (05.07.2013), S. XLI (zukünftig zitiert als: Kürten, Anhang G)

schaft ist „tausendfach gestiegen“ und lässt sich nicht mehr mit der vor einigen Jahrzehnten vergleichen.<sup>238</sup>

Die Medien gelten als Anheizer des Marktmodells Sport, verleihen diesem seine Professionalität und leben von Geschichten aus beruflichem wie privatem Leben der Beteiligten.<sup>239</sup> Es bestehen insofern symbiotische Verhältnisse, da die beiden Branchen „aufeinander angewiesen“ sind und ein „Geben und Nehmen“ vor allem im Rahmen sportlicher Großereignisse die Regel geworden ist. Es handelt sich um einen Kreislauf, in dem die Medien für Aufmerksamkeit und Starkult sorgen. Daraufhin werden Sponsoren und Zuschauer angelockt, die den Starkult vorantreiben und den Medien ihre Existenz gewährleisten.<sup>240</sup> Doch auch der Profisport existiert in seiner heutigen Form nur in Verbund mit den Medien. Deutlich wird dies in der Gegenüberstellung verschiedener Sportarten: Genießen Fußball, Skispringen oder Biathlon einen vergleichbar hohen Präsenzwert in den Medien, müssen Rudern, Fechten oder Hockey permanent um ihren Bekanntheitsgrad kämpfen. Anders sieht das zu Zeiten Olympischer Spiele aus. Hier werden „auch die Kleinen ganz groß“ und sorgen bei den deutschen Olympioniken in der Regel sogar für einen prozentual hohen Anteil an Edelmetallen.<sup>241</sup> Zwar meint man in den Medien immer wieder davon zu hören und zu lesen, dass im Sport nur noch Platz 1 zählt und „ein dritter Platz der zweite Verlierer“ ist<sup>242</sup>, so auch Nadine Horchler und Hans-Joachim Watzke, doch deckt sich diese Aussage nur bedingt mit der medialen Präsenz der „deutschen Siegersportarten“ der Olympischen Spiele außerhalb des sportlichen Großevents. Nach diesem Grundsatz könnten die deutschen TV-Anstalten ihre Grundstrukturen zumindest insofern überdenken, zukünftig auch erfolgreiche Sportarten wie Hockey oder Kanusport zu zeigen.

Sport und Medien schaukeln sich somit gegenseitig nach oben, sind aufeinander angewiesen und profitieren aus dem gemeinschaftlichen Wirken.<sup>243</sup> Eine Weiterentwicklung ohne den jeweils anderen ist laut Iris Niemeier vor allem aufgrund der wechselseitigen Finanzierung zu heutiger Zeit undenkbar. Groß fasst es mit den Worten „jeder würde sich auch ohne den anderen entwickeln, nur anders“ zusammen. Niemeier erwähnt in diesem Kontext die Entwicklung des Biathlons, das durch den Einfluss der Medien einen rasanten Aufschwung genommen hat. Zuschauer- und medienbedingte Neuerungen wie der Sprint oder die Verfolgung verhalfen der verstärkten Vermarktung der Wintersportdisziplin und sorgen auch heute noch für andauernd gesellschaftliches Interesse.<sup>244</sup> Auf der anderen Seite existieren aber ebenso Fakten, die mit konvergenten oder symbiotischen Verhältnissen nur wenig zu tun haben – darunter fällt beispielsweise die zeitlich verschobene Austragung von Wettkämpfen, die folglich eine Liveüber-

---

<sup>238</sup> Anhang H: Schriftliche Umfrage mit Hans-Joachim Watzke (03.07.2013), S. XLII (zukünftig zitiert als: Watzke, Anhang H)

<sup>239</sup> vgl. Breuckmann, Anhang B: S. XXXI; vgl. Horchler, Anhang D: S. XXXIV

<sup>240</sup> Groß, Anhang C: S. XXXIII; Kürten, Anhang G: S. XLI f.

<sup>241</sup> vgl. Nasse-Meyfarth, Anhang E: S. XXXVII f.; Kürten, Anhang G: S. XLII

<sup>242</sup> vgl. Watzke, Anhang H: S. XLIII; Horchler, Anhang D: S. XXXV

<sup>243</sup> vgl. Breuckmann, Anhang B: S. XXXII

<sup>244</sup> vgl. Niemeier, Anhang F: S. XXXIX f.; Groß, Anhang C: S. XXXIII



tragung zur amerikanischen oder europäischen Primetime ermöglicht.<sup>245</sup> Bezüglich dieser medialen Steuerung erwähnt Breuckmann zudem den bedeutend großen Einfluss der FIFA auf die Berichterstattung einer Fußballweltmeisterschaft. Er bringt hier das Beispiel der WM 2014 in Brasilien, die seiner Meinung nach bereits im Vorfeld „verschönt“ dargestellt wird, indem lediglich über neue Stadien und die dort erwartete tolle Atmosphäre gesprochen wird. Finanzielle Sorgen, Armut und das reale Leben im südamerikanischen Gastgeberland bleiben zumindest in den offiziellen, von der FIFA gesteuerten Berichten außen vor.<sup>246</sup>

Der wahre Sportzuschauer hat sich mit den Jahren zum Fachmann weiterentwickelt, zeigt deutlich größeres Interesse und Wohlgefallen und identifiziert sich verstärkt mit seinen Idolen. Im Sport der Zukunft wird vor allem das Internet eine bedeutende Rolle in der Berichterstattung spielen. Bezahlpflichtige Inhalte werden expandieren, die Verbreitungswege sich ausbauen und modifizieren. Die Sozialen Medien werden verstärkt ihren Teil zum Fortgang beitragen, auch die Schnelligkeit der Informationsbeschaffung und –Vermittlung wird dabei eine Rolle spielen.<sup>247</sup>

---

<sup>245</sup> vgl. Nasse-Meyfarth, Anhang E: S. XXXVII

<sup>246</sup> vgl. Breuckmann, Anhang B: S. XXXII

<sup>247</sup> vgl. Kürten, Anhang G: S. XLI f.; vgl. Breuckmann, Anhang B: S. XXXII; vgl. Watzke, Anhang H: S. XLIII

## 7 Fazit und Aussichten

Getreu dem Motto des französischen Schriftstellers Victor Hugo „Nichts ist mächtiger als eine Idee, deren Zeit gekommen ist“<sup>248</sup> lässt sich die gemeinschaftliche Sport-Medien-Entwicklung durchaus treffend zusammenfassen. Die symbiotischen Verhältnisse, die innerhalb dieser Thematik bewiesenermaßen vorhanden sind, brachten vielerlei positive und negative Trends mit sich. Schwer zu sagen, welche Partei dabei überwiegt, da sich die negativen, die heute doch einen Großteil der Diskussionen rund um die Sportpräsenz in den Medien einnehmen, erst aus den positiven heraus entwickelt haben. Erst durch das große Positivum, den Sport live und in solch breit angelegter, inhaltlicher Fülle erleben zu können, haben sich die Debatten rund um die Kommerzialisierung, das Doping und die mediale Gewalt entwickeln und ausweiten können. Somit bedingt also auch hier das eine das andere. Profit schlagen aus der symbiotischen Entstehung quasi alle Beteiligten: der Sport und die Medien selbst, die Athleten, die Werbewirtschaft, die Zuschauer, die Journalisten, die Sportverbände und die Agenturen. Sie alle steigern dabei ihre Popularität, ihr Image, ihre Finanzen und/oder ihren Marktwert.<sup>249</sup>

Der Markt gibt sich allerdings mit den heutigen Begebenheiten selbstverständlich nicht zufrieden. Mit der Onlineberichterstattung der Olympischen Spiele 2012 wurde bereits eine Grundlage kommender Entwicklungen im Bereich IPTV<sup>250</sup> geschaffen. Das Internet ist das Medium der Zukunft, hier wird sich auch im Sport noch deutlich mehr abspielen. Crossmediales Denken und selektive Programmauswahl sind schon heute vorhanden, werden sich aber zunehmend weiter etablieren. Hierzu sind allerdings stabile Servernetze mit ausreichender Übertragungsrate die Voraussetzung dafür, dass Sportberichterstattung in Form von Livestreaming auch in Zukunft (vermehrt) online stattfinden kann. Hinzu kommen Entwicklungen in der TV-Technik, die 2011 erstmals ein Fußballspiel in drei Dimensionen (3D) zeigen ließen.<sup>251</sup> Aktuell zeigt der Pay-TV-Sender Sky ein Fußball-Bundesligaspiel pro Monat live in 3D, bundesweit existieren knapp 100 Sky-3D-Bars, ein Ansatz, der ausbaufähig ist.<sup>252</sup> Laut einer Presseinformation der BITKOM ist 2012 bereits jeder vierte Flachbildfernseher in deutschen Haushalten 3D-fähig.<sup>253</sup> Volker Weicker, der Regisseur der ersten 3D-Live-Sportberichterstattung, verweist in der weiteren Entwicklung auf die RTL-Übertragungen vom Skispringen in den 90er Jahren. Damals wurden die heute standardisierten virtuellen Linien und Kamerafahrten eingeführt. Die Zuschauer reagierten empört, heute ist diese Form der Darstellung nicht mehr wegzudenken.<sup>254</sup> Ähnliches erwartet Weicker auch in der Entwicklung des 3D-Sports: „Die technologische Entwicklung geht rasend schnell, aber der Mensch ist träge.“ Jedoch ist er der Meinung: „Erst wenn man keine

---

<sup>248</sup> Hugo, o.J., zitiert nach: Melzer, o.J.

<sup>249</sup> vgl. Steinbrecher, 2009: S. 179 f.

<sup>250</sup> Internet Protocol Television

<sup>251</sup> vgl. Moorstedt, 2011

<sup>252</sup> vgl. Sky.de, 2013

<sup>253</sup> vgl. BITKOM, 2012b

<sup>254</sup> vgl. Moorstedt, 2011

Brillen mehr braucht, wird sich das wirklich durchsetzen.“<sup>255</sup> Weitere Veränderungen, die unabdingbar sind, beziehen sich vorrangig auf die Gesellschaft für Konsumforschung, die zukünftig dafür Sorge tragen muss, dass die „Onlinegucker“ der Mediatheken sowie die Besucher von Public Viewing-Veranstaltungen in die Quotenmessungen der Rundfunkanstalten mit aufgenommen werden müssen, um eine Repräsentativität der Werte weiterhin gewährleisten zu können.

In sportlicher Hinsicht muss laut Steinbrecher vor allem darauf geachtet werden, dass der Sport nicht vor dem Hintergrund von Kommerzialisierung und Mediengewalt kapituliert. Aktuell ist das Ziel einer Olympia-Ausrichtung, die jeweils vorangegangene v.a. in gestalterischer Hinsicht zu übertrumpfen. Vielmehr müsse die spielerische Charakteristik gestärkt und die olympische Idee mit der olympischen Realität in Einklang gebracht werden.<sup>256</sup> Kulturell erleben die Spiele insofern einen absehbaren „Fortschritt“, indem diese 2016 erstmals in Südamerika (Rio de Janeiro) stattfinden werden.<sup>257</sup>

Man darf gespannt sein, welchen Wert diese Arbeit in 10 oder 15 Jahren noch haben wird. Was heute bereits vergangen ist, gilt auch in der Zukunft als Vergangenheit, doch was heute noch weit entfernt in der Zukunft liegt, mag in einem Jahrzehnt schon komplett überholt sein. Die Entwicklung macht keinen Halt.

---

<sup>255</sup> Weicker, 2011, zitiert nach: Moorstedt, 2011

<sup>256</sup> vgl. Steinbrecher, 2009: S. 68 f.

<sup>257</sup> vgl. Krüger; Langenfeld, 2010: S. 405

## Literaturverzeichnis

Amateur Athletic Foundation of Los Angeles (2004). *The Official Report of the Organising Committee for the Games of the XV Olympiad Helsinki 1952 (Digitized Version)*.

URL: <http://library.la84.org/6oic/OfficialReports/1952/OR1952.pdf> [Stand 23.06.2013].

Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF; 2009). *Geschichte der Fernsehzuschauerforschung: Anfänge der Fernsehzuschauerforschung 1963-1988*.

URL: <http://www.agf.de/agf/geschichte> [Stand 13.06.2013].

ARD (2006). *Satzung der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland (ARD) vom 9./10. Juni 1950 in der Fassung vom 20. Juni 2006*.

URL: <http://www.ard.de/download/112100/index.pdf> [Stand 12.06.2013].

ARD (o.J.a). *Helsinki 1952: Zatopek mit historischem Triple*. URL: <http://olympia.ard.de/london2012/geschichte/1948-1964/helsinki119.html> [Stand 23.06.2012].

ARD (o.J.b). *Los Angeles 1984: Lewis auf Owens' Spuren*. URL: <http://olympia.ard.de/london2012/geschichte/1968-1984/losangeles109.html> [Stand 26.06.2013].

ARD (o.J.c). *Atlanta 1996: Die "Coca-Cola-Spiele"*. URL: <http://olympia.ard.de/london2012/geschichte/1988-2008/atlanta101.html> [Stand 24.06.2013].

Bauer, Florian (2013). *Wen hat Fuentes alles gedopt?*. URL: <http://www.dw.de/wen-hat-fuentes-alles-gedopt/a-16549401> [Stand 14.07.2013].

BBC (o.J.). *1976: African countries boycott Olympic*. URL: [http://news.bbc.co.uk/onthisday/hi/dates/stories/july/17/newsid\\_3555000/3555450.stm](http://news.bbc.co.uk/onthisday/hi/dates/stories/july/17/newsid_3555000/3555450.stm) [Stand 22.06.2013].

Becker, Jörg (1998). „Sport und Massenmedien“, in: Adolf-Grimme-Institut (Hg.). *Grimme. Zeitschrift für Programm, Forschung und Medienproduktion*. Nr. 2/1998, Marl.

Beckers, Edgar (1995). *Vom Gang des Bewusstseins – und dem Schwinden der Sinne. Mythos, Sinnlichkeit, Körperlichkeit*. Band 1, Sankt Augustin: Academia Verlag.

Behringer, Wolfgang (2012). *Kulturgeschichte des Sports: Vom antiken Olympia bis ins 21. Jahrhundert*. München: Verlag C.H. Beck.

Bernett, Hajo (1983). *Der Weg des Sports in die nationalsozialistische Diktatur*. Schorndorf: Hofmann-Verlag, zitiert nach: Luh, Andreas (2010). „Entstehung und Ausbreitung des modernen Sports in Deutschland im 20. Jahrhundert – ein Überblick“, in: Krüger, Michael; Langenfeld, Hans (Hg.). *Handbuch Sportgeschichte*. Schorndorf: Hofmann-Verlag, S: 184-198.

Bierschwale, Jens (2013). *RTL sticht ARD und ZDF bei Fußball-Länderspielen aus*.

URL: <http://www.welt.de/sport/article117921986/RTL-sticht-ARD-und-ZDF-bei-Fussball-Laenderspielen-aus.html> [Stand 10.07.2013].

- BITKOM (2012a). *Olympia 2012: Durchbruch für Internet-TV*.  
URL: [http://www.bitkom.org/de/presse/74532\\_73112.aspx](http://www.bitkom.org/de/presse/74532_73112.aspx) [Stand 30.06.2013].
- BITKOM (2012b). *Presseinformation: Jeder vierte Flachbildfernseher ist 3D-fähig*.  
URL: [http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM\\_Presseinfo\\_3D\\_TV\\_und\\_Blu-ray-Player\\_03\\_06\\_2012.pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Presseinfo_3D_TV_und_Blu-ray-Player_03_06_2012.pdf) [Stand 14.07.2013].
- BlogSchafftWissen – WissenSchäftsBlog (2008). *Usain Bolts 100-m-Weltrekord: 9,69 s von der technischen Seite*. URL: <http://blog.safog.com/2008/08/25/usain-bolts-100-m-weltrekord-von-der-technischen-seite/> [Stand 26.06.2013].
- Böhn, Andreas; Seidler, Andreas (2008). *Mediengeschichte*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag.
- Bösch, Frank (2011). *Mediengeschichte: Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen*. Frankfurt am Main: Campus Verlag.
- Brundage, Avery (1956), zitiert nach: Eggers, Erik (2007). *Die Amerikaner bestimmen unser Programm*. URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/fernsehspiele-die-amerikaner-bestimmen-unser-programm-1407298.html> [Stand 14.07.2013].
- Burau, Michael (2012). *Erfolgreiche Sportlerinnen und Sportler im Porträt – Iris Niemeier. „Leistungssport hat mir viel gegeben“*. URL: <http://www.landessportbund-hessen.de/magazin-sport-in-hessen/2012/ausgabe042012/im-portraet-die-skilanglaeuferin-iris-niemeier/> [Stand 10.07.2013].
- Burk, Verena; Digel, Helmut (2002). *Die Entwicklung des Sports in Deutschland*, in: Schwier, Jürgen (Hg.). *Mediensport. Ein einführendes Handbuch*. Hohengehren: Schneider Verlag, S. 101-124.
- Deutscher Olympischer Sportbund (2013). *Die Sportfamilie*.  
URL: <http://www.dosb.de/service/organisation/mitgliedsorganisationen> [Stand 17.06.2013].
- Deutscher Olympischer Sportbund (2012). *DOSB | Bestandserhebung 2012. Fassung vom 15.11.2012*. URL: [http://www.dosb.de/fileadmin/sharepoint/Materialien%20%7B82A97D74-2687-4A29-9C16-4232BAC7DC73%7D/Bestandserhebung\\_2012.pdf](http://www.dosb.de/fileadmin/sharepoint/Materialien%20%7B82A97D74-2687-4A29-9C16-4232BAC7DC73%7D/Bestandserhebung_2012.pdf) [Stand 01.07.2013].
- Deutscher Volleyball-Verband (2004). *Olympische Spiele 2004: Volleyball als Quoten-Knüller*.  
URL: <http://www.volleyball-verband.de/index.php?dvv=webpart.pages.report.ReportViewPage&navid=4024&coid=6928&cid=1> [Stand 30.06.2013].
- Diekmann, Florian (2013). *Proteste gegen Fußball-WM: Wut auf die Weltmeister der Verschwendung*. URL: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/bei-olympia-und-fussball-wm-werden-milliarden-an-steuern-verschwendet-a-906496.html> [Stand 05.07.2013].

Die Welt (2012). *TV-Quoten 2012 – Fußball schlägt Olympia deutlich.*

URL: <http://www.welt.de/sport/article112067243/TV-Quoten-2012-Fussball-schlaegt-Olympia-deutlich.html> [Stand 04.07.2013].

Digital Fernsehen.de (2011). *WM-Einschaltquote um ein Drittel gestiegen.*

URL: <http://www.digitalfernsehen.de/WM-Einschaltquote-um-ein-Drittel-gestiegen.47376.0.html> [Stand 05.07.2013].

Diller, Ansgar (1999). „Öffentlich-rechtlicher Rundfunk“, in: Wilke, Jürgen (Hg.). *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag, S. 146-166.

Dreher, Kerstin Eva; Kuss, Melanie (2013). *Berühmte Dopingfälle*. URL: [http://www.planetwissen.de/sport\\_freizeit/olympische\\_spiele/doping/doping\\_faelle.jsp](http://www.planetwissen.de/sport_freizeit/olympische_spiele/doping/doping_faelle.jsp) [Stand 08.07.2013].

Eichberg, Henning (1980). „Sport im 19. Jahrhundert: Genese einer industriellen Verhaltensform“, in: Ueberhorst, Horst (Hg.). *Geschichte der Leibesübungen*, Band 3.1. Berlin: Bartels & Wernitz, zitiert nach: Luh, Andreas (2010). „Entstehung und Ausbreitung des modernen Sports in Deutschland im 20. Jahrhundert – ein Überblick“, in: Krüger, Michael; Langenfeld, Hans (Hg.). *Handbuch Sportgeschichte*. Schorndorf: Hofmann-Verlag, S. 184-198.

Eisenberg, Christiane (1993). „Massensport in der Weimarer Republik: Ein statistischer Überblick“, in: Archiv für Sozialgeschichte. *Freizeit in der modernen Massen- und Konsumgesellschaft*. Band 33, Bonn: J.H.W. Dietz Nachfolger.

emotional engineering (Hg. o.J.). *Sven Hannawald – Ein „Überflieger“ mit Bodenhaftung.*

URL: <http://www.sven-hannawald.de/pages/startseite/privates.php> [Stand 14.07.2013].

Fan Page List (2013). *Top Soccer Players on Facebook.*

URL: <http://www.fanpagelist.com/category/athletes/soccer/> [Stand 22.07.2013].

FAZ.net (2012). *Finanzieller Meilenstein für Bundesliga.*

URL: <http://www.faz.net/aktuell/sport/fussball/bundesliga/fussball-uebertragungsrechte-finanzieller-meilenstein-fuer-bundesliga-11720863.html> [Stand 19.06.2013].

FAZ.net (2006). *Deutsche WM-Prämie: 300.000 Euro winken als Belohnung.*

URL: <http://www.faz.net/themenarchiv/2.1084/deutschland-und-die-wm/deutsche-wm-praemie-300-000-euro-winken-als-belohnung-1329451.html> [Stand 03.07.2013].

FIFA (2013a). *Die Organisation. Verbände.*

URL: <http://de.fifa.com/aboutfifa/organisation/associations.html> [Stand 05.07.2013].

FIFA (2013b). *FIFA Weltmeisterschaft™. Frühere Turniere.*

URL: <http://de.fifa.com/worldcup/archive/index.html> [Stand 02.07.2013].

FIFA (2010). *100 Fakten zur FIFA Fussball-Weltmeisterschaft™*.

URL: [http://de.fifa.com/mm/document/fifafacts/mencompwc/51/97/89/100thingsaboutfwcforupload\\_10-02507\\_102\\_en\\_de.pdf](http://de.fifa.com/mm/document/fifafacts/mencompwc/51/97/89/100thingsaboutfwcforupload_10-02507_102_en_de.pdf) [Stand 02.07.2013].

FIFA WM 2006™ Frankfurt (o.J.). *Unvergesslich. WM-Stadt 1974. Eröffnungsfeier und Wasserschlacht*. URL: [http://wm2006frankfurt.onm.de/main.php?bereich=unvergesslich&content\\_id=20](http://wm2006frankfurt.onm.de/main.php?bereich=unvergesslich&content_id=20) [Stand 03.07.2013].

FOCUS Online (2013). *Das sind die schlimmsten Dopingsünder*.

URL: [http://www.focus.de/sport/doping/von-ben-johnson-bis-lance-armstrong-clenbuterol-epo-ephedrin-so-wird-im-spitzensport-gedopt\\_aid\\_900764.html](http://www.focus.de/sport/doping/von-ben-johnson-bis-lance-armstrong-clenbuterol-epo-ephedrin-so-wird-im-spitzensport-gedopt_aid_900764.html) [Stand 08.07.2013].

FOCUS Online (1996). *Chaos, Bombing – und Busemann*.

URL: [http://www.focus.de/magazin/archiv/jahresrueckblick-sport-1996-und150-olympia-chaos-bombing-und150-und-busemann\\_aid\\_160878.html](http://www.focus.de/magazin/archiv/jahresrueckblick-sport-1996-und150-olympia-chaos-bombing-und150-und-busemann_aid_160878.html) [Stand 24.06.2013].

Frees, Beate; van Eimeren, Birgit (2011). „Bewegtbildnutzung im Internet 2011: Mediatheken als Treiber“, in: *Media Perspektiven 7-8/2011*. URL: <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online11/FreesEimeren.pdf> [Stand 09.07.2013].

Fuhrer, Armin (2011). *Hitlers Spiele: Olympia 1936 in Berlin*. Berlin: be.bra verlag.

Funk-Korrespondenz (1988). *Ausgabe 21-22*, Köln/Bonn: dreipunktdrei mediengesellschaft.

Fussballdaten.de (2012). *Länderspiele. WM 1930-2014*. URL: <http://www.fussballdaten.de/wm/> [Stand 02.07.2013].

Gehrau, Volker; Pruiskens, Kathrin Maria; Kohler, Sarah (2011). „Die Fußball-WM 2010 in der Fernsehwerbung: Attraktive Abwechslung oder nervige Überfrachtung?“, in: Schierl, Thomas; Schaaf, Daniela (Hg.). *Sport und Werbung*. Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 13-29.

Gerhard, Heinz (2006). „Analyse der Zuschauerakzeptanz bei Fußball-Weltmeisterschaften 1954 bis 2006: Die Fußball-WM als Fernsehevent“, in: *Media Perspektiven 9/2006*.

URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/09-2006\\_Gerhard.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/09-2006_Gerhard.pdf) [Stand 04.07.2013].

Gerhard, Heinz; Kessler, Bernhard; Gscheidle, Claudia (2010). „Daten zur Rezeption und Bewertung: Die Fußball-Weltmeisterschaft 2010 im Fernsehen“, in: *Media Perspektiven 9/2010*.

URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/09-2010\\_Gerhard.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/09-2010_Gerhard.pdf) [Stand 04.07.2013].

Gesellschaft für Konsumforschung (GfK; 2009). *Gründung einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung*. URL: [http://www.gfk.com/gb2008/gfk\\_showcase/1984/index.de.html](http://www.gfk.com/gb2008/gfk_showcase/1984/index.de.html) [Stand 13.06.2013].

- Gödecke, Christian (2012). *Olympia 1996: Muhammad Ali entzündet das Olympische Feuer in Atlanta*. URL: <http://einestages.spiegel.de/s/tb/25194/olympia-1996-muhammad-ali-entzuendet-das-olympische-feuer-in-atlanta.html> [Stand 24.06.2013].
- Goldene Kamera (1982). *Die Goldene Kamera 1981 – 11. Februar 1982*. URL: <http://www.goldenekamera.de/de/chronik1980/1980/1989/1981> [Stand 10.07.2013].
- Goldwyn, Samuel (o.J.), zitiert nach: Schauerte, Thorsten (2008). „Die Entwicklung des Verhältnisses zwischen Sport und Medien“, in: Schauerte, Thorsten; Schwier, Jürgen (Hg.). *Die Ökonomie des Sports in den Medien*. 2. Auflage, Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 83-103.
- Groß, Michael (2011). *Michael Gross. Die Erfolge*. URL: <http://www.michael-gross.net/de/schwimmer/> [Stand 13.07.2013].
- Grüger, Susanne (2012). *Manni Breuckmann. Vita*. URL: <http://www.mannibreuckmann.net/vita/vita.html> [Stand 11.07.2013].
- Güldenpfennig, Sven (2006). *Denkwege nach Olympia. Kulturtheoretische Zugänge zu großen Sportereignissen*. Sankt Augustin: Academia Verlag.
- Hackforth, Josef (1975). *Sport im Fernsehen. Ein Beitrag zur Sportpublizistik unter besonderer Berücksichtigung des Deutschen Fernsehens (ARD) und des Zweiten Deutschen Fernsehens (ZDF) in der Zeit von 1952-1982. Schriftenreihe für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft*. Nr. 8, Münster: Regensberg Verlag.
- Handelsblatt (2012). *WADA: Vor Olympia bereits 107 Dopingfälle*. URL: <http://www.handelsblatt.com/olympia-2012-wada-vor-olympia-bereits-107-dopingfaelle/6916930.html> [Stand 08.07.2013].
- Handelsblatt (2004). *Medien, Macht und heißer Sand*. URL: <http://www.handelsblatt.com/archiv/beachvolleyball-verdankt-seinen-aufstieg-bei-den-olympischen-spielen-vor-allem-dem-us-fernsehsender-nbc-medien-macht-und-heisser-sand/2389802.html> [Stand 24.06.2013].
- Havemann, Nils (2005). *Fußball unterm Hakenkreuz: Der DFB zwischen Sport, Politik und Kommerz*. Frankfurt am Main: Campus-Verlag, zitiert nach: Luh, Andreas (2010). „Entstehung und Ausbreitung des modernen Sports in Deutschland im 20. Jahrhundert – ein Überblick“, in: Krüger, Michael; Langenfeld, Hans (Hg.). *Handbuch Sportgeschichte*. Schorndorf: Hofmann-Verlag, S. 184-198.
- HAZ.de (2012). *Top-Quoten bei Olympia für ARD/ZDF*. URL: <http://www.haz.de/Nachrichten/Medien/Fernsehen/Top-Quoten-bei-Olympia-fuer-ARD-ZDF> [Stand 30.06.2013].
- Hugo, Victor (o.J.), zitiert nach: Melzer, Günther (o.J.). *Victor Hugo: Die besten Zitate des Autors*. URL: <http://www.zitate-online.de/autor/hugo-victor/> [Stand 19.07.2013].



- Hungermann, Jens (2013). *Warum Olympia das Ringen wirklich opfert*.  
URL: <http://www.welt.de/sport/olympia/article113579935/Warum-Olympia-das-Ringen-wirklich-opfert.html> [Stand 26.06.2013].
- KICKER Online (2013). *Leichtathletik droht ein Skandal: 100-Meter-Stars positiv*.  
URL: [http://www.kicker.de/news/mehrsport/589267/artikel\\_leichtathletik-droht-ein-skandal\\_100-meter-stars-positiv.html](http://www.kicker.de/news/mehrsport/589267/artikel_leichtathletik-droht-ein-skandal_100-meter-stars-positiv.html) [Stand 18.07.2013].
- KICKER Online (2011). *Rafati nach Suizidversuch außer Lebensgefahr*.  
URL: [http://www.kicker.de/news/fussball/bundesliga/startseite/560887/artikel\\_rafati-nach-suizidversuch-ausser-lebensgefahr.html](http://www.kicker.de/news/fussball/bundesliga/startseite/560887/artikel_rafati-nach-suizidversuch-ausser-lebensgefahr.html) [Stand 14.07.2013].
- Kishon, Ephraim (o.J.), zitiert nach: Schauerte, Thorsten (2008). „Die Sport-Medien-Wirtschafts-Allianz: Gleiche Ziele – unterschiedliche Perspektiven“, in: Schauerte, Thorsten; Schwier, Jürgen (Hg.). *Die Ökonomie des Sports in den Medien*. 2. Auflage, Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 39-60.
- Knop, Carsten (2012). *Hans-Joachim Watzke: Klopps Chef*.  
URL: <http://www.faz.net/aktuell/beruf-chance/mein-weg/hans-joachim-watzke-klopps-chef-11747270.html> [10.07.2013].
- Koch, Natascha (2012). *Studie – Deutsche sehen Sport am liebsten im TV – noch*.  
URL: [http://www.horizont.net/aktuell/specials/pages/protected/Studie-Deutsche-sehen-Sport-am-liebsten-im-TV---noch\\_111815.html](http://www.horizont.net/aktuell/specials/pages/protected/Studie-Deutsche-sehen-Sport-am-liebsten-im-TV---noch_111815.html) [Stand 09.07.2013].
- Kölner Stadt-Anzeiger (2012). *Olympia-Sportler bei Facebook und Twitter*.  
URL: <http://www.ksta.de/netzwelt/top-ten-olympia-sportler-bei-facebook-und-twitter,16126778,16706538.html> [Stand 04.07.2013].
- Krüger, Arnd (o.J.). *Hintergrund: Die Entwicklung der Vermarktung. Die Sponsoren*.  
URL: [www.planet-schule.de/wissenspool/olympische-spiele/inhalt/hintergrund/mit-coca-cola-zum-gold-olympia-und-kommerz/hintergrund-die-entwicklung-der-vermarktung.html](http://www.planet-schule.de/wissenspool/olympische-spiele/inhalt/hintergrund/mit-coca-cola-zum-gold-olympia-und-kommerz/hintergrund-die-entwicklung-der-vermarktung.html) [Stand 24.06.2013].
- Krüger, Michael (2010a). „Die olympische Bewegung“, in: Krüger, Michael; Langenfeld, Hans (Hg.). *Handbuch Sportgeschichte*. Schorndorf: Hofmann-Verlag, S. 273-281.
- Krüger, Michael (2010b). „Sportgeschichte der Bundesrepublik Deutschland bis 1990“, in: Krüger, Michael; Langenfeld, Hans (Hg.). *Handbuch Sportgeschichte*. Schorndorf: Hofmann-Verlag, S. 219-226.
- Krüger, Michael (2005). *Einführung in die Geschichte der Leibeserziehung und des Sports. Teil 3: Leibesübungen im 20. Jahrhundert. Sport für alle*. 2. Auflage, Schorndorf: Hofmann-Verlag.

- Krüger, Michael; Langenfeld, Hans (Hg., 2010). *Handbuch Sportgeschichte*. Schorndorf: Hofmann-Verlag.
- Kucharski, Oliver (2003). *Die Auswirkungen der aktuellen Regeländerungen im Tischtennis-sport: - Die Basis im Nachteil?*. URL: <http://www.tischtennis-pur.de/info/items/die-auswirkungen-der-aktuellen-regelaenderungen-im-tischtennissport.html> [Stand 19.06.2013].
- Kutsch, Arnulf (1999). „Rundfunk unter alliierter Besatzung“, in: Wilke, Jürgen (Hg.). *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag, S. 59-90.
- Labbadia, Bruno (o.J.), zitiert nach: Wiemann, Daniel (2008). *Fußballer im Sprachgewirr: „Ich gratuliere die Bayern“*. URL: <http://www.spiegel.de/sport/fussball/fussballer-im-sprachgewirr-ich-gratuliere-die-bayern-a-575872.html> [Stand 19.07.2013].
- Laurie, Anna (2012). *Fast food takeaway: Inside the world's biggest McDonald's which will be open for just six weeks*. URL: <http://www.mirror.co.uk/money/city-news/biggest-mcdonalds-in-the-world-will-be-open-for-six-940006> [Stand 26.06.2013].
- L'Auto-Vélo (1900), zitiert nach: Behringer, Wolfgang (2012). *Kulturgeschichte des Sports: Vom antiken Olympia bis ins 21. Jahrhundert*. München: Verlag C.H. Beck.
- Leder, Dietrich (2008). „Vom Verlust der Distanz. Die Geschichte der Fußballübertragungen im deutschen Fernsehen“, in: Schramm, Holger (Hg.). *Die Visualisierung des Sports in den Medien*. 2. Auflage, Köln: Herbert von Halem Verlag, S. 40-81.
- Library of Congress (2013). *Enactments and Improved Papers of the Control Council and Coordinating Committee. Directive No. 23: Limitation and Demilitarization of Sport in Germany*. URL: [http://www.loc.gov/rr/frd/Military\\_Law/Enactments/Volume-I.pdf](http://www.loc.gov/rr/frd/Military_Law/Enactments/Volume-I.pdf) [Stand 18.06.2013].
- Lindner, Claudia; Aberle, Tanja (2013). *Nadine Horchler. Erfolge*. URL: <http://www.nadine-horchler.de/erfolge.html> [Stand 11.07.2013].
- Linke, Daniel (o.J.). *Porträt Herbert Zimmermann. Der 12. Mann von Bern*. URL: <http://web.ard.de/special/helden1954/pages/2463.php?ch=1> [Stand 04.07.2013].
- Ludes, Peter (1999). „Programmgeschichte des Fernsehens“, in: Wilke, Jürgen (Hg.). *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag, S. 255-276.
- Luh, Andreas (2010). „Entstehung und Ausbreitung des modernen Sports in Deutschland im 20. Jahrhundert – ein Überblick“, in: Krüger, Michael; Langenfeld, Hans (Hg.). *Handbuch Sportgeschichte*. Schorndorf: Hofmann-Verlag, S. 184-198.
- Luh, Andreas (2006). „Fußball als Massenphänomen und Faszinosum der Weimarer Zeit: Verbreitung, Organisation und Konfliktpotenziale“, in: SportZeiten: *Sport in Geschichte, Kultur und Gesellschaft*. Ausgabe 1/2006, Göttingen: Verlag Die Werkstatt.

- Main-Netz (2012). *Comanecis Traumnoten sprengen die Anzeigetafel*. URL: <http://www.main-netz.de/nachrichten/olympia/ruckblick/art223242,2203573> [26.06.2013].
- Mantel, Uwe (2012). *Public-Viewing-Effekt: ZDF verpasst EM-Rekord*. URL: [http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/36439/publicviewingeffekt\\_zdf\\_verpasst\\_emrekord/](http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/36439/publicviewingeffekt_zdf_verpasst_emrekord/) [Stand 08.07.2013].
- Mantel, Uwe (2006). *Hervorragende Quoten für Olympia-Eröffnung in Turin*. URL: [http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/6211/hervorragende\\_quoten\\_fr\\_olympiaerffnung\\_in\\_turin/](http://www.dwdl.de/zahlenzentrale/6211/hervorragende_quoten_fr_olympiaerffnung_in_turin/) [Stand 01.07.2013].
- Media Perspektiven (2012). *Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien (Rundfunkstaatsvertrag – RStV –) vom 31. August 1991, in der Fassung des Fünfzehnten Staatsvertrages zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Fünfzehnter Rundfunkänderungsstaatsvertrag) vom 15. bis 21. Dezember 2010 in Kraft seit 1. Januar 2013*. URL: [http://www.media-perspektiven.de/fileadmin/downloads/media\\_perspektiven/PDF-Dateien/2-Rundfunkstaatsvertrag.pdf](http://www.media-perspektiven.de/fileadmin/downloads/media_perspektiven/PDF-Dateien/2-Rundfunkstaatsvertrag.pdf) [Stand 13.06.2013].
- Meier, Urs (2013). *100 Jahre Riepl'sches Gesetz*. URL: <http://www.journal21.ch/100-jahre-rieppl%E2%80%99sches-gesetz> [Stand 14.06.2013].
- Mirbach, Alexis (2010). *Die traurigste WM der Geschichte*. URL: [http://www.focus.de/sport/fussball/wm-2010/historie/tid-18569/wm-1978-die-traurigste-wm-der-geschichte\\_aid\\_517639.html](http://www.focus.de/sport/fussball/wm-2010/historie/tid-18569/wm-1978-die-traurigste-wm-der-geschichte_aid_517639.html) [Stand 09.2013].
- Mitteldeutsche Zeitung (2010). *Olympia-Skandale*. URL: <http://www.mz-web.de/fussball/korruption-olympia-skandale,20642322,17652946.html> [Stand 08.07.2013].
- Moorstedt, Tobias (2011). *In der Tiefe des Raums*. URL: <http://www.sueddeutsche.de/medien/sportberichterstattung-in-d-in-der-tiefe-des-raums-1.1102110> [Stand 14.07.2013].
- Müller, Christian (2002). *Salt Lake City 2002 – die Fernsehspiele*. URL: <http://www.faz.net/aktuell/sport/analyse-salt-lake-city-2002-die-fernsehspiele-150739.html> [Stand 01.07.2013].
- NADA (2007). *Todesfälle durch Doping im Sport*. URL: <http://trainer.gemeinsam-gegen-doping.de/index.php?id=2005> [Stand 08.07.2013].
- Nasse-Meyfarth, Ulrike (2013). *Erfolge*. URL: <http://www.ulrike-meyfarth.de/content/erfolge.php> [Stand 10.07.2013].
- NDR.de (2010). *Enke: Viel mehr als ein Weltklassetorwart*. URL: <http://www.ndr.de/sport/legenden/enke176.html> [Stand 14.07.2013].

Nitsch, Franz (1990). „Traditionslinien und Brüche: Stationen der Sportentwicklung nach dem Zweiten Weltkrieg“, in: Deutscher Sportbund (Hg.). *Die Gründerjahre des Deutschen Sportbundes: Wege aus der Not zur Einheit*. Schorndorf: Hofmann-Verlag, zitiert nach: Luh, Andreas (2010). „Entstehung und Ausbreitung des modernen Sports in Deutschland im 20. Jahrhundert – ein Überblick“, in: Krüger, Michael; Langenfeld, Hans (Hg.). *Handbuch Sportgeschichte*. Schorndorf: Hofmann-Verlag, S. 184-198.

n-tv.de (2010). *Die WM-Eröffnungsfeier: Laut, bunt und euphorisch*. URL: <http://www.n-tv.de/mediathek/bilderserien/wm/Laut-bunt-und-euphorisch-article917817.html> [Stand 03.07.2013].

Olympia-Lexikon (o.J.). *Atlanta 1996: Spiele der XXVI. Olympiade*. URL: [http://www.olympia-lexikon.de/Atlanta\\_1996](http://www.olympia-lexikon.de/Atlanta_1996) [Stand 24.06.2013].

Olympic.org (2012a). *London 2012: All Facts*. URL: <http://www.olympic.org/london-2012-summer-olympics> [Stand 22.06.2013].

Olympic.org (2012b). *London 2012: Identity Card*. URL: <http://www.olympic.org/london-2012-summer-olympics> [Stand 26.06.2013].

Olympic.org (2012c). *Official Website of the Olympic Movement*. URL: <http://www.olympic.org> [Stand 29.06.2013].

Olympic.org (2007). *Die Olympischen Spiele der Neuzeit. Die Olympischen Spiele und die moderne Gesellschaft*. URL: [http://www.olympic.org/Documents/Reports/FR/fr\\_report\\_669.pdf](http://www.olympic.org/Documents/Reports/FR/fr_report_669.pdf) [Stand 09.07.2013].

Pitzke, Marc (2007). *Der Held von Atlanta. Gefeiert, gejagt, gebrochen*. URL: [http://einestages.spiegel.de/static/topicalbumbackground/201/gefeiert\\_gejagt\\_gebrochen.html](http://einestages.spiegel.de/static/topicalbumbackground/201/gefeiert_gejagt_gebrochen.html) [Stand 24.06.2013].

Pound, Richard (2011). *Der Sport wird zum Zirkus und zur Farce*. URL: <http://www.zeit.de/sport/2011-10/pound-ioc-fifa-wada/seite-2> [Stand 08.07.2013].

Reichhelm, Cornelia (2013). *Als Kind gedopt, bis heute krank*. URL: <http://www.zeit.de/sport/2013-03/leserartikel-doping-ddr> [Stand 19.06.2013].

Reinhardt, Ernst (1999), zitiert nach: Aphorismen-Archiv (o.J.). *Ernst Reinhardt*. URL: [http://aphorismen-archiv.de/index\\_z.php?id=91624](http://aphorismen-archiv.de/index_z.php?id=91624) [Stand 19.07.2013].

Reinle, Dominik (2005). *Hörfunk und Fernsehen in der Nazi-Zeit*. URL: [http://www1.wdr.de/themen/archiv/sp\\_rundfunkgeschichte/rundfunkgeschichte130.html](http://www1.wdr.de/themen/archiv/sp_rundfunkgeschichte/rundfunkgeschichte130.html) [Stand 11.06.2013].

Riepl, Wolfgang (1972). *Das Nachrichtenwesen des Altertums. Mit besonderer Rücksicht auf die Römer*. Hildesheim: Olms Verlag. [Reprograf. Nachdr. d. Ausg. Leipzig, 1913].

- RP Online (2012). *Olympia 2012 in Zahlen*. URL: <http://www.rp-online.de/sport/olympia-sommer/olympia-2012-in-zahlen-1.2686906> [Stand 08.07.2013].
- RP Online (2010). *Biathlon bekommt von Zuschauern „Gold“*. URL: <http://www.rp-online.de/sport/olympia-winter/deutschland/biathlon-bekommt-von-zuschauern-gold-1.1711545> [Stand 01.07.2013].
- RP Online (2008). *Die besten TV-Quoten bei Olympia*. URL: <http://www.rp-online.de/sport/olympia-sommer/deutschland/die-besten-tv-quoten-bei-olympia-1.1641594> [Stand 30.06.2013].
- Ruda, Walter; Klug, Frauke (2010). *Sport-Sponsoring. An den Beispielen: FIFA Fußball-WM 2006™ in Deutschland und FIFA Fußball-WM 2010™ in Südafrika*. München: Oldenbourg Verlag.
- Rühle, Angela (2012). „Sport im deutschen Fernsehen 2011: Programmprofile zwischen Markt und öffentlichen Interesse“, in: *Media Perspektiven 11/2012*. URL: [http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx\\_mppublications/11-2012\\_Ruehle.pdf](http://www.media-perspektiven.de/uploads/tx_mppublications/11-2012_Ruehle.pdf) [Stand 28.06.2013].
- Scheid, Volker; Prohl, Robert (2009). *Sport und Gesellschaft. Kursbuch Sport 4*. 6. Auflage, Wiebelsheim: Limpert Verlag.
- Schiller, Kay; Young, Christopher (2012). *München 1972: Olympische Spiele im Zeichen des modernen Deutschland*. Übers. von Sonja Hogl. Göttingen: Wallstein Verlag. [Orig.: *The 1972 Munich Olympics and the Making of Modern Germany*. 2010].
- Schlüter, Jan (2012). *Quotencheck: Olympia 2012 (ARD/ZDF)*. URL: <http://www.quotenmeter.de/n/58508/quotencheck-olympia-2012-ard-zdf> [Stand 30.06.2013].
- Schmidt, Marc (2011). *Korruption bei WM-Vergabe für 2018 und 2022?*. URL: <http://www.n24.de/n24/Nachrichten/Sport/Fussball/d/1271090/korruption-bei-wm-vergabe-fuer-2018-und-2022-.html> [Stand 08.07.2013].
- Schneider, Werner (1972). *Die Olympischen Spiele 1972. München, Kiel, Sapporo*. Lizenzausgabe, München, Gütersloh, Wien: Bertelsmann Verlag.
- Schröder, Jens (2008). *Trotz 14-Stunden-Verspätung: Olympia-Top-Quoten in den USA*. URL: [http://meedia.de/background/meedia-blogs/jens-schroeder/mr-analyzer-post/article/trotz-14-stunden-versptung--olympia-top-quoten-in-den-usa\\_100008572.html](http://meedia.de/background/meedia-blogs/jens-schroeder/mr-analyzer-post/article/trotz-14-stunden-versptung--olympia-top-quoten-in-den-usa_100008572.html) [Stand 30.06.2013].
- Schwieb, Jürgen; Schauerte, Thorsten (2002). „Sport und Massenmedien“, in: Strauß, Bernd; Kolb, Michael; Lames, Martin (Hg.). *sport-goes-media.de: Zur Medialisierung des Sports*. Schorndorf: Hofmann-Verlag, S. 33-50.

- Shelley, Jim (2012). *Modern day gladiators: The Olympics really is the greatest show on earth*. URL: <http://www.mirror.co.uk/tv/tv-reviews/jim-shelley-opinion-london-2012-1222219> [Stand 22.06.2013].
- Simon, Michaela (2000). *Olympia 2000: Das Netz als Sieger mit Handikap. Die Quoten sind schlecht, die Klicks sind gut*. URL: <http://www.heise.de/tp/artikel/8/8800/1.html> [Stand 30.06.2013].
- Simon, Steffen (2007). „Sportjournalismus im Fernsehen“, in: Schierl, Thomas (Hg.). *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport. Beiträge zur Lehre und Forschung im Sport*. Band 159, Schorndorf: Hofmann-Verlag, S. 346-351.
- Sky.de (2013). *Sky 3D Sportsbars – Stadionatmosphäre in Ihrer Stammkneipe*. URL: <http://www.sky.de/web/cms/de/sport-barfinder-3d.jsp?index=9> [Stand 14.07.2013].
- SPIEGEL Online (2012a). *Olympische Sommerspiele 2012: Happy and glorious*. URL: <http://www.spiegel.de/sport/sonst/london-2012-eroeffnungsfeier-der-olympischen-sommerspiele-a-846879.html> [Stand 26.06.2013].
- SPIEGEL Online (2012b). *Untersuchungsbericht: Olympia in London wird zum Finanzfiasko*. URL: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/untersuchungsbericht-olympia-in-london-wird-zum-finanzfiasko-a-820324.html> [Stand 26.06.2013].
- SPIEGEL Online (2012c). *Olympia-Schlussfeier in London: Großbritanniens goldene Spiele*. URL: <http://www.spiegel.de/sport/sonst/olympia-2012-abschlussfeier-mit-vielen-stars-in-london-a-849668.html> [Stand 26.06.2013].
- SPIEGEL Online (2003). *ARD kauft Bundesligarechte: Comeback der Sportschau perfekt*. URL: <http://www.spiegel.de/sport/fussball/ard-kauft-bundesligarechte-comeback-der-sportschau-perfekt-a-254871.html> [Stand 19.06.2013].
- SPIEGEL Online (1998). *Sporttausch im Netz: Quotenjäger vor! Die Fußball-Weltmeisterschaft bringt die Standleitungen zum qualmen und lässt Server ächzen. Die Fans stürmen ins Netz*. URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/sporttausch-im-netz-quotenjaeger-vor-a-13601.html> [Stand 04.07.2013].
- Sportschau (o.J.). *Fifa-WM 1930 bis 2006*. URL: [http://www1.sportschau.de/sportschau\\_specials/fussball/wm2014/wm\\_historie/index.html](http://www1.sportschau.de/sportschau_specials/fussball/wm2014/wm_historie/index.html) [Stand 02.07.2013].
- Statista (2013). *Gesamtzahl der Fernsehzuschauer bei den Olympischen Sommerspielen von 1996 bis 2012 (in Milliarden)*. URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/236692/umfrage/gesamtzahl-fernsehzuschauer-bei-den-olympischen-sommerspielen/> [Stand 08.07.2013].

- Steinbrecher, Michael (2009). *Olympische Spiele und Fernsehen. Programmgestalter im Netz olympischer Abhängigkeiten?*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Steiner, Eduard (2013). *Die Olympischen Spiele der Korruption von Sotschi*.  
URL: <http://www.welt.de/wirtschaft/article116814981/Die-Olympischen-Spiele-der-Korruption-von-Sotschi.html> [Stand 08.07.2013].
- Steinmetz, Rüdiger (1999). „Initiativen und Durchsetzung privat-kommerziellen Rundfunks“, in: Wilke, Jürgen (Hg.). *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag, S. 167-191.
- Stern.de (2010). *Halbfinale bringt ARD Zuschauerrekord*.  
URL: <http://www.stern.de/sport/fussball-wm/wm-2010-halbfinale-bringt-ard-zuschauerrekord-1581079.html> [Stand 04.07.2013].
- Teichler, Hans Joachim (2010). „Sport und Sportpolitik in der DDR“, in: Krüger, Michael; Langenfeld, Hans (Hg.). *Handbuch Sportgeschichte*. Schorndorf: Hofmann-Verlag, S. 227-240.
- The Guardian (2009). *Usain Bolt breaks world record in time of 9,58s to win 100m gold in Berlin*. URL: <http://www.guardian.co.uk/sport/2009/aug/16/usain-bolt-world-record-100m-world-athletics-championships> [Stand 26.06.2013].
- Thor, Ingo (2006). *WM-Eröffnungsfeier: Deutschland ist eine Puppenstube*.  
URL: [http://www.focus.de/sport/fussball/wm2006/wm-eroeffnungsfeier\\_aid\\_110210.html](http://www.focus.de/sport/fussball/wm2006/wm-eroeffnungsfeier_aid_110210.html) [Stand 03.07.2013].
- Tomlinson, Alan (2005). *Sport and Leisure cultures*. URL:  
[http://books.google.de/books?id=JphFoBnq2R8C&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](http://books.google.de/books?id=JphFoBnq2R8C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false) [29.06.2013].
- T-Online.de (2011). *Zwanziger begnadigt Skandal-Schiri Hoyzer*. URL: [http://www.t-online.de/sport/fussball/id\\_45726526/theo-zwanziger-begnadigt-skandal-schiri-robert-hoyzer.html](http://www.t-online.de/sport/fussball/id_45726526/theo-zwanziger-begnadigt-skandal-schiri-robert-hoyzer.html) [Stand 14.07.2013].
- TZ-Online (2010). *Dieter Kürten wird 75 – Als der Affe die Perücke runterriss*. URL:  
<http://www.tz-online.de/sport/fussball/dieter-kuerten-75-727607.html> [Stand 10.07.2013].
- van Eimeren, Birgit; Frees, Beate (2012). „76 Prozent der Deutschen online – neue Nutzungssituationen durch mobile Endgeräte“, in: *Media Perspektiven 7-8/2012*. URL: [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012\\_Eimeren\\_Frees.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online12/0708-2012_Eimeren_Frees.pdf) [Stand 09.07.2013].
- van Eimeren, Birgit; Oehmichen, Ekkehardt; Schöter, Christian (1997). *ARD-Online-Studie 1997©: Onlinenutzung in Deutschland*. URL: [http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online97\\_98/Online97.pdf](http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/fileadmin/Online97_98/Online97.pdf) [Stand 09.07.2013].

- Volkamer, Meinhart (1982). „Der Einfluß der Sportberichterstattung auf Sportler und Zuschauer“, in: Pilz, Gunter A. (Hg.). *Sport und körperliche Gewalt*. Reinbek: rororo, S. 93-99.
- Wallrodt, Lars (2013). *Mesut Özil ist der deutsche Facebook-König*.  
URL: <http://www.welt.de/sport/fussball/internationale-ligen/article116422863/Mesut-Oezil-ist-der-deutsche-Facebook-Koenig.html> [Stand 04.07.2013].
- WAZ (2012). *ARD und ZDF setzen bei Olympia-Übertragung auf das Internet*.  
URL: <http://www.derwesten.de/sport/sport-medial/ard-und-zdf-setzen-bei-olympia-uebertragung-auf-das-internet-id6872739.html> [28.06.2013].
- Weicker, Volker (2011), zitiert nach: Moorstedt, Tobias (2011). *In der Tiefe des Raums*.  
URL: <http://www.sueddeutsche.de/medien/sportberichterstattung-in-d-in-der-tiefe-des-raums-1.1102110> [Stand 14.07.2013].
- Weinreich, Jens (2009). *Unternehmen Olympia. Die Finanzierung von Sport-Großveranstaltungen in Krisenzeiten*.  
URL: <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/961008/> [Stand 10.07.2013].
- Weischenberg, Siegfried (1976). *Die Außenseiter der Redaktion. Struktur, Funktion und Bedingungen des Sportjournalismus*. Bochum: Brockmeyer Verlag.
- Wilke, Jürgen (Hg., 1999). *Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland*. Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag.
- Wirth, Björn; Mielke, Ralf (2000). *Zu spät. Zu langweilig. Zu schlecht*. URL: <http://www.berliner-zeitung.de/archiv/die-quoten-der-olympia-uebertragungen-von-ard-und-zdf-sind-desastroes-zu-spaet--zu-langweilig--zu-schlecht,10810590,9836962.html> [Stand 30.06.2013].
- ZEIT Online (2006). *WM: Eröffnungsgala abgesagt*.  
URL: [http://www.zeit.de/online/2006/03/fifa\\_heller\\_2/seite-1](http://www.zeit.de/online/2006/03/fifa_heller_2/seite-1) [Stand 03.07.2013].
- Zwerenz, Gerhard (Nachw., 1972). *Die NAZI-Olympiade: Die Olympischen Spiele 1936 in Berlin und Garmisch-Partenkirchen*. Unveränd. Nachdr. d. offiziellen Olympia Albums von 1936, Frankfurt am Main: März Verlag.





# Anhang

## Anhang A: Dokument Expertenumfrage

### EXPERTENUMFRAGE

(am PC oder handschriftlich auszufüllen)

**HOCHSCHULE  
MITTWEIDA**  
UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES



Thema der Arbeit:

*„Die Entwicklung sportlich medialer Symbiose am Beispiel sportlicher Großveranstaltungen von 1936 bis heute – zwei konvergente Branchen zwischen Popularität und Einschaltquoten in Bezug auf TV und Onlinemedien“*

\* Name, Vorname:

**Frage 1:** Wie hat sich die Sportberichterstattung seit Berlin 1936 im Bezug auf sportliche Großveranstaltungen Ihrer Meinung nach verändert? (Um die Frage ein wenig "einzugrenzen": Lassen sich die Veränderungen u.U. anhand eigener Erfahrungen/Beispiele erläutern?)

**Frage 2:** Lässt sich Ihrer Meinung nach das Sport-Medien-Verhältnis als "konvergent" oder "symbiotisch" charakterisieren? Gibt es dafür (u.U. eigens erlebte) Beispiele sportlicher Großveranstaltungen aus Vergangenheit und Gegenwart?

Frage 3: Wie groß ist Ihrer Meinung nach der Einfluss der Gesellschaft auf die Entwicklung? (Welche Rolle spielte die Gesellschaft in diesem Zusammenhang früher? Welche Rolle spielt sie heute?)

Frage 4: Welche Entwicklungen haben sich Ihrer Meinung nach aus der gemeinschaftlichen Wirkung von Sport und Medien ergeben? Wie stufen Sie die gesamte Entwicklung ein – vorrangig positiv, vorrangig negativ oder ausgeglichen? Warum?

Frage 5: Könnte der (Profi-)Sport heutzutage noch ohne die Medien auskommen? Die Medien noch ohne den Sport? Was wären die Auswirkungen?

Frage 6: Wie wird sich das Verhältnis „Sport und Medien“ zukünftig entwickeln? Wie wird die Sportberichterstattung der Zukunft aussehen?

Zusatzfeld/Sonstige Anmerkungen:

- ☐ \* Ich bin damit einverstanden, dass alle von mir angegebenen Daten im Rahmen der wissenschaftlichen Abschlussarbeit von Julian Best erhoben, verarbeitet und genutzt werden dürfen. Die Daten werden vertraulich behandelt und lediglich für die Erstellung der oben genannten Abschlussarbeit verwendet.

\* Pflichtfeld

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

Bitte senden Sie das Dokument ausgedruckt oder per E-Mail an eine der beiden folgenden Adressen:

■■■■■  
■■■■■■■■■■  
■■■■■■■

E-Mail: ■■■■■■■■■■

Der handschriftlich ausgefüllte Fragebogen kann ebenso per Post oder als Scan per E-Mail versendet werden.

Vielen Dank!

**Anhang B: Telefoninterview mit Manfred Breuckmann (11.07.2013)**

Abbildung 24: Manfred Breuckmann

**Manfred „Manni“ Breuckmann** ist deutscher Sportreporter und Radiomoderator. Den aus dem Ruhrgebiet stammenden Kultreporter kennt man vor allem aus der ARD-Bundesligakonferenz und seinem Engagement beim Internet-Radiosender 90elf. Er kommentierte sechs Welt- und sechs Europameisterschaften im Fußball, ist regelmäßig Gast beim *Volkswagen Doppelpass*<sup>258</sup> und leiht zudem seit 2011 dem Computerspielklassiker FIFA von EA SPORTS seine Stimme. Ebenfalls 2011 erhält er den Deutschen Radiopreis in der Kategorie „Lebenswerk Moderation“.<sup>259</sup>

(Quelle: in Anlehnung an: Fachstelle Ministranten und Ministrantinnen (2008).

Bilder Prominis. URL: <http://minis.bdkj.info/wir-ueber-uns/30-jahre-fachstelle-minis/detailansicht/> [Stand 14.07.2013])

**Wie hat sich die Sportberichterstattung seit Berlin 1936 im Bezug auf sportliche Großveranstaltungen Ihrer Meinung nach verändert?**

*„Die Berichterstattung früherer Zeiten war nach heutigen Gesichtspunkten schon fast unprofessionell und von der Schilderung her gar nicht so beeindruckend. Das hat sich auch lange Zeit noch so gehalten. 1954 war es noch ähnlich, wobei ich ja immer sage, dass diese nationalistische Aufwallung für mich keine war. Das wäre genauso gekommen, wenn Borussia Dortmund oder Schalke 04 zu dieser Zeit den Europapokal der Landesmeister gegen die absolute Non-plusultra-Truppe von Real Madrid gewonnen hätte. Das hat jetzt schon was mit Identifikation und Parteiergreifung zu tun, aber der blanke Nationalismus ist mir wirklich entgegen geschlagen, wenn man sich die Geschichten um 1954 so anhört. Natürlich wurde es im Nachhinein so gedeutet, dass es ein Markstein größerer Bedeutung Deutschlands gewesen ist. Die Deutschen waren ja der absolute Außenseiter, aus einer Position des Zwergs gegen Ungarn zu gewinnen. Das war natürlich eine Riesensensation, und so fiel das dann auch aus.*

*Das Pendel der Berichterstattung schlug dann in den 1970er Jahren mal genau ins Gegenteil um. Eine Phase der absoluten Höflichkeit, das „sich Entschuldigen“, wenn man als Kommentator mal lauter wurde gehörten damals zur Tagesordnung. Das habe ich ja alles miterlebt, das war das krasse Gegenteil. Parallel mit dem Fußballsport im Showbusiness ging die Entwicklung dann so weiter, dass bei der Berichterstattung mal wieder richtig Gas gegeben wurde, und zwar bis an den Punkt, wo es in mancherlei Zusammenhänge mit der „Brüllerei“ auch extrem übertrieben wurde. Das Spiel Energie Cottbus gegen den FSV Frankfurt ist nicht vergleichbar mit*

<sup>258</sup> Fußball-Talkshow auf Sport 1

<sup>259</sup> vgl. Grüger, 2012

einem WM-Finale. Trotzdem erlebte man, dass auch bei diesen Spielen tierisch gebrüllt wurde. Das hängt natürlich auch damit zusammen, dass dieses „Showbusiness“ eben schon damals nicht mehr als kulturelle Leistung empfunden wurde, sondern als Produkt, das man verkauft. Da meinte man sich natürlich wie ein Marktschreier benehmen zu müssen, der seine Ware verkaufen möchte. Diese Bundesliga, für die wir Geld bezahlen, die kann ja nicht schlecht sein. Die **muss** ja unglaublich dramatisch sein. Man schaute sich ein Spiel nicht an und bewertete es, nein, man hielt es von vornherein für das größte, was es überhaupt gibt. Eben aus diesem Grund, weil man den Leuten dieses Produkt andrehen will. Genauso bekamen es diese dann auch verpackt in der gedruckten Berichterstattung oder den Zusammenfassungen im Fernsehen. Ich persönlich bin immer ganz gut damit gefahren, ein scheiß Spiel auch ein scheiß Spiel zu nennen. Es ist einfach so, dass die Masse der Bundesligaspiele nicht so dramatisch und aufregend ist. Zwar gibt es auch echte Highlights, auf die man sich dann freut, aber insgesamt ist da schon viel graue Masse dabei.

Die Bedeutung des Hörfunks ist ja immer weiter zurückgegangen. Ich erinnere mich noch, dass wir in den 70er Jahren noch Einfluss auf den Schiedsrichter nehmen konnten. Dass beispielsweise das Freitagabendspiel früher angepfiffen wird, damit wir dann hinterher mehr Zeit für unsere Radioreportagen haben. Das wäre heute undenkbar. Heute geht es um Fernsehen, Fernsehen, Fernsehen. Ganz am Ende der Verwertungskette stehen dann der Hörfunk und die Printmedien. Dass Journalisten nach einem Spiel eine Dreiviertelstunde auf eine Pressekonferenz warten müssen, ist auch ein klares Signal dafür: Wer ordentlich zahlt, der hat auch Anspruch darauf, als erster bedient zu werden. Das ist ziemlich gnadenlos.

Bei der Berichterstattung von Fußball-Länderspielen herrschte früher einmal eine absolut familiäre Atmosphäre, wenn man damals als Radiomoderator mit der Nationalmannschaft auf Länderspielreise gegangen ist. Das ist aber mittlerweile eine so unüberschaubare Masse geworden, dass vor allem bei Interviews nur noch konfektionierte O-Töne rauskommen. Mit den O-Tönen ist das sowieso so eine Sache, da merkt man, dass ein so rund geschliffenes Produkt, wie der Fußball ja eines sein soll, auch Auswirkungen auf die Protagonisten hat. Heute gibt es Rhetorikschulungen für Fußballspieler. Die lernen schon sehr früh, dass sie nie irgendwelche Dinge sagen, die dann für eine Schlagzeile in der BILD-Zeitung taugen könnten. Das ist als Interviewer sehr unbefriedigend, sich mit irgendwelchen 18- oder 19-Jährigen zu unterhalten. Alle sind total freundlich, viel gebildeter als früher, verwechseln nicht mehr „mir“ und „mich“, sagen aber nichts. Diese Ausbreitung des Nichts-Sagens, das ist für mich ein Problem. Auf der anderen Seite machen sie natürlich auch die Erfahrung, dass alles, was „gegen den Strich“ ist, sofort unglaublich hochgeschaukelt wird. Das eine bedingt das andere. Da sagt derjenige nämlich: „Sowas sage ich nie wieder. Ich habe keine Lust fünf Tage auf der ersten Seite der BILD-Zeitung zu stehen, für irgendetwas, was ich von mir gegeben habe.“ Das ist eine relativ ungute Entwicklung, weil sich keiner von den Jungs mehr traut, einfach mal einen Spruch rauszuhauen. Das ist alles sehr kontrolliert und entspricht dem Produkt, wie es in der Öffentlichkeit vermittelt wird.

Dennoch bekommen die Medien den Reiz des Fußballspiels nicht kaputt, das hat damals schon Sepp Herberger gesagt. Und das ist auch für mich so ein innerer Triumph, dieses Ungewisse eines Fußballspiels, man weiß im Vorfeld nicht, wie es ausgeht. Man kann noch so viele komi-

sche Stadionnamen erfinden oder alles nur auf Kommerz setzen: Der Kern des Fußballspiels ist kaum kaputt zu kriegen. Außer natürlich, wenn ein bestochener Schiedsrichter pfeift, aber davon gibt es ja zum Glück noch nicht so viele. Und deshalb bin ich selbst auch Fußballfan und –Anhänger. Das hat sich in den letzten Jahren, als ich für 90elf kommentiert habe, einfach wieder bestätigt. Da bin ich einfach nur Reporter gewesen, nicht Interviewer oder so, und das macht weiterhin einfach einen Riesenspaß! Von diesem großen Pathos, dem Überzeugen, hin zur Sachlichkeit der 70er Jahre, zum lauter werdenden und marktschreierischen heute – der große Boom!“

**Welche Entwicklungen haben sich Ihrer Meinung nach aus der gemeinschaftlichen Wirkung von Sport und Medien ergeben?**

„Die Medien sind heute häufig und in vielerlei Zusammenhängen praktisch zum Marketinginstrument geworden. Nimmt man solche Sender wie Sport1, Zeitungen wie die BILD oder Sport BILD, die sogenannten Herolde des Fußballs, die machen dann großen Countdown: „Noch 36 Tage bis zum ersten Bundesligaspiel!“ Das sind so die selbsternannten Anheizer des ganzen Geschehens. Der Sport wird demzufolge eben nicht mehr als Sport wahrgenommen, sondern als Marktmodell, in dem man selbst drin steckt und wo die Emotionen auf Teufel komm raus angeheizt werden müssen.

Es gibt natürlich auch noch eine etwas „gemächlichere“ Berichterstattung, z.B. in den überregionalen Tageszeitungen. Das kommt mir persönlich etwas mehr entgegen, denn diese erinnert einen Journalisten daran, wenn man sich denn mal auf diese Form der Berichterstattung einlässt, dass man eigentlich Journalist sein sollte, und nicht PR-Mensch. Ich habe mich persönlich nie als jemand empfunden, der da im gleichen Boot sitzt. Ich saß im Boot daneben, habe mir das angeguckt, war auch begeistert, aber dennoch immer mit einer kritischen Distanz versehen. Das ist insgesamt aber in vielerlei Zusammenhängen auf der Strecke geblieben.

Während der Fußball-WM 2006 war ich beim WM-Doppelpass in München. Deutschland hatte Polen in der Gruppenphase gerade mit 1:0 geschlagen. Dazu habe ich mir erlaubt zu sagen, dass ich mich zwar freue über den Sieg, doch dass das Spiel der Deutschen ja eher mittelmäßig war. Daraufhin sagte ein Kollege vom öffentlich-rechtlichen bayerischen Rundfunk zu mir, wir seien doch heute nicht hier, um zu kritisieren, sondern uns mit der deutschen Mannschaft zu freuen. Da habe ich dann verbal gekontert, dass ich das nicht so sehe. Natürlich kann ich mich darüber freuen, wenn die Deutschen die Polen geschlagen haben, da identifiziert man sich an der Stelle ja auch, trotzdem wird man an der Stelle sagen dürfen – und auch müssen – dass das ein scheiß Spiel gewesen ist und dass das Tor in der Nachspielzeit glücklich war. Genau das zu vermeiden hat sich aber leider fest gefressen in der heutigen Form der Berichterstattung.“

**Wie wird sich das Verhältnis „Sport und Medien“ zukünftig entwickeln? Wie wird die Sportberichterstattung der Zukunft aussehen?**

„Ich bin davon überzeugt, dass sich die Berichterstattung weiterentwickeln wird. Das Rad lässt sich nicht zurückdrehen, da es sich eben um zwei Systeme – den Profisport und die Medien –

*handelt, die einander bedingen, sich gegenseitig hochschaukeln und voneinander profitieren. Der eine kann nicht mehr ohne den anderen. Das gilt zumindest für Fußball, Formel 1, Wintersport, ein bisschen Handball und für das sogenannte Profiboxen.*

*Das Internet ist das Medium der Gegenwart und auch der Zukunft. Es wird eine immer größere Rolle spielen, und zwar nicht nur in Form des illegalen Livestreams, sondern ganz legal und mit Bezahlung. Da haben die Zeitungen ja den großen Fehler gemacht, den Leuten alles umsonst zur Verfügung zu stellen. Da glauben die Menschen ja, das würde nichts kosten, wenn man mal schnell eine Zeitung im Internet macht oder irgendwelche anderen Inhalte im Internet anbietet. Die Verbreitungswege werden sich da noch modifizieren und modifizieren müssen. Die BILD-Zeitung fängt ja jetzt schon damit an und zeigt ab der kommenden Saison Zusammenfassungen von Bundesligaspielen – das ist erst der Anfang.*

*Man hat ja jetzt gerade erlebt, wie die ARD sich auf den letzten Drücker noch schnell das Wimbledon Finale sichern wollte, wo Sky dann mit Recht gesagt hat: „Wir haben das hier in den letzten Jahren betreut. Wir haben dafür gezahlt. Und jetzt kommt ihr und wollt euch hier die Rosinen rauspicken!“ Das geht nach diesem System natürlich nicht. Es ist allerdings auch wieder ein Beleg dafür, dass der Sport eben nicht mehr als kulturelles Ereignis, sondern schlicht als Produkt empfunden wird.*

*Das haben wir in Zeiten des Bezahlfernsehens ja schon des Öfteren erlebt, dass bestimmte wichtige Champions League-Spiele nicht im frei empfangbaren Fernsehen zu sehen waren, weil sie terminlich nicht auf Mittwoch, sondern auf Dienstag lagen. Aber das ist Fakt – und in anderen Ländern noch schlimmer als bei uns.*

*Man stellt ja fest, dass die Sportverbände – speziell die FIFA – dazu übergegangen sind, das jeweilige Gastgeberland einer Fußballweltmeisterschaft so darzustellen, dass das mit der Realität gar nichts zu tun hat. Dass es einfach eine Hochglanzkulisse für ein Hochglanzsportereignis bildet. Dazu meint die FIFA ja, das würde sich nicht miteinander vertragen, wenn man einen realistischen Blick auf das Land wirft, in dem das Ereignis jeweils stattfindet. Wir haben es ja jetzt auch erlebt, dass in Brasilien demonstriert wurde und wird. Dass dort gesagt wurde, „ihr setzt uns irgendwelche Stadien für Hunderte Millionen Euro in Zwei- oder Drittligastädte, wo doch das Geld viel besser investiert werden könnte.“ Das ist bei den letzten Weltmeisterschaften auch schon so gewesen. Ich wünsche mir, dass sich das so ein bisschen mehr in der Öffentlichkeit durchsetzen wird. Aber ich halte die FIFA nach wie vor für einflussreich genug, dass sie dazu in der Lage ist, uns so eine Scheinwelt darzustellen, alles wunderbar, hübsche Mädchen tanzen Samba, und zwischendurch ein bisschen Fußball. Das ist das Bild einer Weltmeisterschaft. Da kann man nur hoffen, dass auch solche Radio- und Fernsehstationen und Zeitungen weiter existieren, die tatsächlich z.B. über das echte Brasilien 2014 berichten. Man sollte damit aufhören, ständig nur in Luxus zu schwelgen.“*



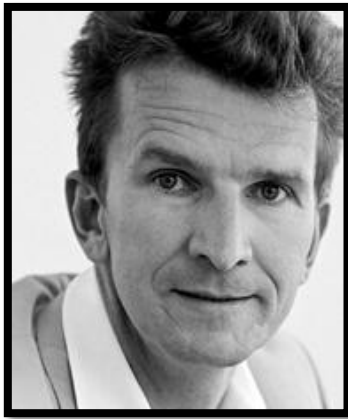
**Anhang C: Schriftliche Umfrage mit Michael Groß (13.07.2013)**

Abbildung 25: Dr. Michael Groß

**Dr. Michael Groß** ist der erfolgreichste, männliche Schwimmersportler der deutschen Geschichte. Mit insgesamt 21 (!) Goldmedaillen bei Olympia, Welt- und Europameisterschaften muss sich der „Albatros“ in der Anzahl der Gesamttitel nur Kristin Otto geschlagen geben (22 Titel). Groß gewinnt bei den Olympischen Spielen 1984 und 1988 3x Gold, 2x Silber und 1x Bronze. Er ist mehrfach Sportler des Jahres, Weltschimmer des Jahres und zeitweise mehrfacher Weltrekordhalter.<sup>260</sup>

(Quelle: in Anlehnung an: Beyer-Seminare (2008). Dr. Michael Gross. URL: <http://www.beyer-seminare.de/gross&cmsargs=37> [Stand 14.07.2013])

**Wie hat sich die Sportberichterstattung seit Berlin 1936 im Bezug auf sportliche Großveranstaltungen Ihrer Meinung nach verändert?**

„Kann ich nicht beurteilen, da ich keinen Überblick habe.“

**Lässt sich Ihrer Meinung nach das Sport-Medien-Verhältnis als „konvergent“ oder „symbiotisch“ charakterisieren?**

„Eher symbiotisch, da man ja aufeinander angewiesen ist.“

**Wie groß ist Ihrer Meinung nach der Einfluss der Gesellschaft auf die Entwicklung?**

„Die Frage ist mir zu ungenau, was ist die "Gesellschaft"?"

**Welche Entwicklungen haben sich Ihrer Meinung nach aus der gemeinschaftlichen Wirkung von Sport und Medien ergeben?**

„Profisport wird durch die Inszenierung in den Medien teilweise zum Showbusiness, bleibt aber wirklicher Sport mit Wettkampf und festen Regeln, ist keine Inszenierung. Der allgemeine Sport (99,9% der Athleten) ist davon nicht tangiert.“

**Könnte der (Profi-)Sport heutzutage noch ohne die Medien auskommen? Die Medien noch ohne den Sport?**

„S.a. Frage 2, aber jeder würde sich auch ohne den anderen entwickeln, nur anders.“

---

<sup>260</sup> vgl. Groß, 2011

**Wie wird sich das Verhältnis „Sport und Medien“ zukünftig entwickeln? Wie wird die Sportberichterstattung der Zukunft aussehen?**

„Keine Ahnung.“

**Anhang D: Schriftliche Umfrage mit Nadine Horchler (10.07.2013)**

**Nadine Horchler** ist deutsche Biathletin und seit der Saison 2012/13 Teil der deutschen Weltcupmannschaft. Zu ihrer noch jungen Karriere zählen bereits Erfolge bei deutschen und europäischen Meisterschaften (u.a. Gold bei der Deutschen Meisterschaft 2012 in Oberhof) sowie ein Weltcupsieg in der Staffel in Antholz 2013.<sup>261</sup>



Abbildung 26: Nadine Horchler

(Quelle: in Anlehnung an: WAZ (2013). *Nadine Horchler vom Skiclub Willingen ehrt die Gewinner*. URL: <http://www.derwesten.de/sport/lokalsport/arnsberg/nadine-horchler-vom-skiclub-willingen-ehrt-die-gewinner-id7823485.html> [Stand 14.07.2013])

**Wie hat sich die Sportberichterstattung seit Berlin 1936 im Bezug auf sportliche Großveranstaltungen Ihrer Meinung nach verändert?**

*„Ich denke durch die verbesserten und vermehrten TV-Übertragungen sind die Ausmaße deutlich größer geworden. Es gibt ein viel größeres Publikum und die Öffentlichkeit nimmt meiner Meinung nach viel mehr Teil an sportlichen Großveranstaltungen. Dadurch, dass man die sportlichen Leistungen für das Fernsehpublikum immer interessanter machen möchte, verstärkt sich auch der Größenwahn „höher, schneller, weiter“.“*

**Lässt sich Ihrer Meinung nach das Sport-Medien-Verhältnis als „konvergent“ oder „sympiotisch“ charakterisieren?**

*„Ja! Ohne die Medien könnte der Sport nicht so professionell durchgeführt werden. Durch die Medienpräsenz steigen die Sponsorengelder und es werden optimalere Bedingungen für den Sportler geschaffen. Ich habe es ganz deutlich bei mir gesehen, erst als ich den Durchbruch ins TV geschafft habe, gab es auch gute Sponsorenanfragen. Die gute Leistung in der zweiten Liga wird kaum finanziell honoriert, da es für die meisten Sponsoren uninteressant ist. Die Medien leben von den Geschichten der Sportler (leider oft private) und die Sportler leben von dem Interesse der Medien und den damit verursachten „Marktwert“.“*

---

<sup>261</sup> vgl. Lindner; Aberle, 2013

**Wie groß ist Ihrer Meinung nach der Einfluss der Gesellschaft auf die Entwicklung?**

„Die Gesellschaft ist immer mehr daran interessiert, dass es HÖHER, SCHNELLER, WEITER geht. Dies wird von Jahr zu Jahr mehr, da die Medien dies zusätzlich pushen, um noch interessantere Sendungen zu machen und z.B. neue Rekorde zu verkaufen.“

**Welche Entwicklungen haben sich Ihrer Meinung nach aus der gemeinschaftlichen Wirkung von Sport und Medien ergeben? Wie stufen Sie die gesamte Entwicklung ein – vorrangig positiv, vorrangig negativ oder ausgeglichen?**

„Wie oben schon genannt: Höher, schneller, weiter... zählt nur noch. Gute "normale" Leistungen werden fast nicht mehr beachtet. Die Medien bewerten den Sportler, es zählt nicht mehr nur die Leistung. Für die Medien ist z.B. ein dritter Platz der zweite Verlierer, für den Sportler hingegen ist vielleicht ein Traum wahr geworden nach vielen, vielen harten Trainingsjahren. Und dies sehe ich eher negativ, denn ich habe festgestellt, dass gerade die deutschen Medien die sportliche Leistung eher schmälert als belobigt. Auf der anderen Seite sehe ich das Verhältnis positiv, siehe Frage 2.“

**Könnte der (Profi-)Sport heutzutage noch ohne die Medien auskommen? Die Medien noch ohne den Sport?**

„Beide Fragen kann ich nur mit Nein beantworten. Die Menschen möchten erfolgreichen Menschen zuschauen und diese positive Stimmung vorm TV aufsaugen, deswegen brauchen auch die Medien den Sport, um interessante Geschichten zu erzählen, die nichts mit Politik oder Wirtschaft zu tun haben. Der Sport könnte ohne die Medien nicht mehr so professionell durchgeführt werden und Sportler beruflich absichern, wenn keine Sponsoren mehr Geld investieren, um die Sportler zu fördern. Ohne die Medien würde es wahrscheinlich auch weniger Nachwuchssportler geben, Schulkinder wollen genauso "cool" sein wie ihr Vorbild im TV, und somit kann man die Kinder auch begeistern Sport zu treiben. Auch die normale Gesellschaft kann man damit eventuell zum Sport motivieren.“

**Wie wird sich das Verhältnis „Sport und Medien“ zukünftig entwickeln? Wie wird die Sportberichterstattung der Zukunft aussehen?**

„Es wird wahrscheinlich nur noch die Top-Leistung zählen. Siege oder Medaillen. Und manchmal werden diese auch nicht mehr reichen, wenn z.B. Bayern München mal kein Triple erreicht in der Zukunft. Es wird ein Umdenken nötig sein, denn es wird nicht nur „unfassbare Sieger“ geben, die Weltelite rückt so eng zusammen, dass es knapp wird zwischen Platz 1-10 und jeder gewinnen bzw. verlieren kann. Und um die Zuschauer weiterhin zu begeistern, müssen dann auch die Top-10-Plätze gefeiert werden und die Sportler von den Medien gepusht werden. Denn die Masse der Zuschauer möchte keine Verlierer sehen, da müssen die Medien umdenken und die super gute Leistung für einen Top-10-Platz auch dementsprechend verkaufen.“

**Anhang E: Schriftliche Umfrage mit Ulrike Nasse-Meyfarth (01.07.2013)**

Abbildung 27: Ulrike Nasse-Meyfarth

**Ulrike Nasse-Meyfarth** (geb. Meyfarth) ist ehemalige deutsche Hochspringerin und zweifache Olympiasiegerin. Bei den Olympischen Spielen 1972 in München und 1984 in Los Angeles holt sie jeweils Gold. In München springt sie mit ihren damals erst 16 Jahren Weltrekord, 12 Jahre später mit ihrem Triumph in L.A. ist sie die jüngste und zugleich älteste Hochsprung-Olympiasiegerin in der Geschichte. Hinzu kommen ein Europameistertitel 1982 in Athen (ebenfalls: Weltrekord), Silber bei der Weltmeisterschaft in Helsinki 1983 sowie unzählige Deutsche Meisterschaften und Auszeichnungen (u.a. Sportlerin des Jahres 1981-1984).<sup>262</sup>

(Quelle: in Anlehnung an: Nasse-Meyfarth, Ulrike (2013). *Bilder*. URL: <http://www.ulrike-meyfarth.de/content/bilder.php> [Stand 14.07.2013])

**Wie hat sich die Sportberichterstattung seit Berlin 1936 im Bezug auf sportliche Großveranstaltungen Ihrer Meinung nach verändert?**

*„Berlin: Propaganda, Heldentum und Elitedenken. Nach dem Krieg: Der Begriff „Elite“ wurde tunlichst vermieden. Das merkte ich während meiner Schul- und Studentenzeit. Inzwischen, auch erst in den letzten Jahren, sieht man im Leistungssportler einen hochspezialisierten und – qualifizierten jungen Menschen, der sich auf Grund seiner im Sport erlernten Softskills auf dem Arbeitsmarkt erstens gut anbieten und zweites gut behaupten könnte. Parallel zu seinem Leistungssport hat er oft ein Studium/Berufsausbildung abgeschlossen. Durch die Arbeit der Sportstiftung NRW sowie der Stiftung Deutsche Sporthilfe begreift die deutsche Wirtschaft langsam, was es da für ein exzellentes Mitarbeiterpotential gibt, und trägt dazu bei, dem Sportler zu einem guten Übergang von Sportkarriere in den Beruf zu verhelfen. Nur wenn der olympische Sportler eine Zukunftsaussicht hat, wie er sein Leben nach dem Sport gestalten kann, dann lohnt sich Leistungssport.*

*Über die Olympischen Spiele 1972 in München berichteten in Deutschland ARD und ZDF und der DDR-Sender. Mittlerweile ist die Medienlandschaft gewachsen und extrem weit gestreut. 1983 [sic]<sup>263</sup> fiel der Amateur-Paragraph der olympischen Sportarten. Von da an arbeitete die Wirtschaft mehr und mehr mit dem Leistungssport zusammen (Sponsoren, Werbung, Incentives...) und somit wurden auch für die Medien gerade diese Sportarten interessant, die sich gut verkaufen ließen und lassen. Die Medien sind aber auch oft zuerst da, z.B. bei der Dar-*

<sup>262</sup> vgl. Nasse-Meyfarth, 2013

<sup>263</sup> 1981

stellung der Skispringer/Vierschanzentournee, Biathlon, alpiner Skisport. Daraufhin erhielten diese Sportarten Beachtung und – schwupps – spielte auch hier Geld eine Rolle.“

**Lässt sich Ihrer Meinung nach das Sport-Medien-Verhältnis als „konvergent“ oder „symbiotisch“ charakterisieren?**

„Sportereignisse werden oft zeitlich so gelegt, dass bestimmte Zuschauerländer diese Veranstaltung zur „richtigen“ Fernsehzeit anschauen können. Das geht oft zu Lasten der Athleten. Das ist wohl weder konvergent noch symbiotisch.“

Was sich in den letzten Jahren positiv verändert hat: Die Wintersportarten sind in der Lage, derart mit den Medien zusammenzuarbeiten, dass sie es schaffen am Wochenende in den öffentlich-rechtlichen TV-Sendern einen interessanten Sportüberblick wiederzugeben. So weit sind die „Sommersportarten“ noch nicht. Um sich gegenüber dem übermächtig in den Medien vertretenen Fußball (Formel I...) zu behaupten, müssen sich die übrigen Sportarten untereinander einig werden und offensichtlich mögliche Sendeplätze effektiv zusammen nutzen.“

**Wie groß ist Ihrer Meinung nach der Einfluss der Gesellschaft auf die Entwicklung?**

„Ich frage mich oft: Bestimmen die Medien das übergroße Interesse am Fußball oder wollen die Zuschauer von sich aus überwiegend oder fast ausschließlich Fußball gucken? Wie schon in Frage 2 angedeutet, fehlt dem Fußball gegenüber das Gegengewicht der einigen olympischen (und anderer weniger beachteten) Sportarten. Als junge Leichtathletin erlebte ich, dass Leichtathletik-Länderkämpfe noch flächendeckend ausgestrahlt wurden, allerdings bei nur zwei TV-Anstalten. Man könnte glauben, je mehr TV-Sender, desto vielfältiger das Sportangebot. Aber nein, alles stürzt sich auf den Fußball. Jeder möchte etwas vom Kuchen abhaben.“

Das Sportinteresse bricht sich auch herunter auf den Schulsport. Auch der wird einseitiger. Die Kinder kennen nur noch Fußball. Hier wird dem Anspruch der Vielfältigkeit nicht Genüge getan, aber daran sind, wie gesagt, nicht nur die Medien Schuld.“

**Könnte der (Profi-)Sport heutzutage noch ohne die Medien auskommen? Die Medien noch ohne den Sport?**

„Der Profisport existiert auf Grund seiner Medienpräsenz. Ständig erscheinende Gesichter, Helden, Leistungsträger, Gestrauchelte, Versager und die dazugehörigen Geschichten nähren den Profisport. An den Olympischen Disziplinen kann man erkennen, was wichtig ist: Die Skiflieger, das Biathlon, Abfahrtsrennen...werden derart in den Medien dargestellt, dass man hierbei durchaus von Symbiose sprechen kann. Andere Sportarten kämpfen mehr oder weniger erfolgreich um Außendarstellung und damit auch um die Erhaltung ihres Bekanntheitsgrades in den Schulen und in der Gesellschaft.“

Alle vier Jahre erscheinen Sportarten wie Rudern, Kanu, Fechten, Hockey etc. anlässlich der Olympischen Spiele. Groß angelegt in den Medien erfreuen sie sich einige Tage lang endlich starker Beachtung. Die Athleten dieser wenig in Erscheinung tretenden Sportarten sind auch

*noch die Medaillenträger der Deutschen OS-Mannschaft. Das muss man sich mal vorstellen!!!!!!*

*Manche Athleten werden derart spärlich unterstützt, so dass die sogar selber noch finanziell drauflegen und sich parallel zum Leistungssport noch um ihre Berufsausbildung kümmern müssen. Wie gesagt: Das wird alle vier Jahre während der Olympischen Spiele kurz gewürdigt. Dann versinken diese Sportler wieder in die Anonymität. Es ist die Frage, wie geht unsere Nation mit ihren Spitzensportlern um? Wie gehen die Medien mit unseren Spitzenathleten um? Wie geht der deutsche Sport selbst mit seinen Athleten um? Wie kommunizieren der Sport und die Medien? Da gibt es – wie schon gesagt – riesige Unterschiede von Sportart zu Sportart.*

*Ist eine Sportart/ein Sportler mal gut medienpräsent, dann können beide (Sportler und Medien und die daraus resultierenden Sponsorenanfragen) miteinander arbeiten und mit einer Win-win-Situation daraus hervorgehen. Dieser Sportler ist von so viel Professionalismus umgeben, dass er sich um das Jetzt und idealerweise um seine nähere Zukunft kaum noch Gedanken machen muss. Das betrifft aber nur die wenigsten Profisportler: Fußball, Formel I, Tennis, Golf, Basketball NBA...und davon auch nur die Spitze.*

*Ohne Medien gab es immer schon Sport, aber keinen Profisport. Die Medien ohne den Sport? Wie langweilig. Durch die Medien hat sich der Sport in viele Richtungen entwickelt: neben der Entwicklung zum Profitum in den letzten Jahrzehnten entstehen immer neue Sportarten aus dem Freizeitverhalten von extrem lebenden jungen Leuten (X-Games), das sich erweiternde Bewusstsein dafür, was Sport bewirken kann (Einflüsse auf Kinder, Gesundheit, Reha, Sozialverhalten in der Arbeitswelt, Sport mit Migranten, Sport gegen Übergewicht, für ältere Menschen etc.).“*

#### **Anhang F: Schriftliche Umfrage mit Iris Niemeier (04.07.2013)**

**Iris Niemeier** (geb. Schulze) ist ehemalige Ski-Langläuferin und Olympiateilnehmerin der Winterspiele 1976 in Innsbruck. Damals ist sie mit 17 Jahren die zweitjüngste Teilnehmerin. Mit 14 Jahren holt sie bereits den ersten ihrer vier Jugendmeistertitel, es folgen drei Juniorentitel und zwei deutsche Vizemeisterschaften 1976 – damit löst sie das Ticket für Olympia.<sup>264</sup>



Abbildung 28: Iris Niemeier

(Quelle: in Anlehnung an: Burau, Michael (2012). *Erfolgreiche Sportlerinnen und Sportler im Porträt – Iris Niemeier. „Leistungssport hat mir viel gegeben“.*

<sup>264</sup> vgl. Burau, 2012

URL: <http://www.landessportbund-hessen.de/magazin-sport-in-hessen/2012/ausgabe042012/im-portraet-die-skilanglaeuferin-iris-niemeier/> [Stand 14.07.2013])

**Wie hat sich die Sportberichterstattung seit Berlin 1936 im Bezug auf sportliche Großveranstaltungen Ihrer Meinung nach verändert?**

*„Die Berichterstattung hat sich komplett verändert. Früher ging es hauptsächlich um die Übermittlung der sportlichen Ergebnisse. Heute erfährt der Zuschauer außerdem durch Hintergrundberichte mehr über Sportart, Sportler, Veranstaltungsort usw. Ich habe 1976 an den Olympischen Winterspielen teilgenommen. Zu dieser Zeit wurden z.B. Skilanglaufrennen nur von Weltmeisterschaften und Olympischen Spielen im Fernsehen übertragen. Selbst große internationale Wettkämpfe wie die Holmenkollen-Skispiele in Oslo waren im Fernsehen nicht zu sehen. Sportler wurden hauptsächlich über Bildmaterial in den Printmedien bekannt.“*

**Lässt sich Ihrer Meinung nach das Sport-Medien-Verhältnis als „konvergent“ oder „symbiotisch“ charakterisieren?**

*„Ich denke das Verhältnis ist eher symbiotisch. Ein gutes Beispiel ist Biathlon. Jahrzehntlang fristete die Sportart ein „Mauerblümchendasein“. Bis 1988 wurden die Wettkämpfe der Männer und Frauen getrennt ausgerichtet, im gleichen Jahr wurde Frauen-Biathlon ins olympische Programm aufgenommen. 1989 gab es die ersten gemeinsamen Weltmeisterschaften. Das Fernsehen wurde auf den interessanten Zweikampf aus Skilanglauf und Schießen aufmerksam. Sport und Medien gemeinsam haben dann die Sportart weiterentwickelt. Verbesserte, weil zuschauerfreundliche, Rennen wurden geschaffen, z.B. der Sprint oder die Verfolgung. Seitdem hat Biathlon eine rasante Entwicklung genommen, wird geschickt über das Fernsehen vermarktet. Gleichzeitig wächst damit das Interesse, die Sportler einmal live zu sehen. Ausverkaufte Weltcup-Veranstaltungen in Oberhof oder Ruhpolding sprechen für sich.“*

**Wie groß ist Ihrer Meinung nach der Einfluss der Gesellschaft auf die Entwicklung?**

*„Der Zuschauer ist anspruchsvoller geworden. Großveranstaltungen müssen als Event verkauft werden. Zu dem Weltcupskispringen in meinem Heimatort<sup>265</sup> kam noch bis vor 15 Jahren hauptsächlich sportinteressiertes „Fachpublikum“. Heute kommen wesentlich mehr Zuschauer, von denen aber ein Großteil mehr an dem Drumherum dieser Großveranstaltung interessiert ist, als an den sportlichen Leistungen selbst.“*

**Welche Entwicklungen haben sich Ihrer Meinung nach aus der gemeinschaftlichen Wirkung von Sport und Medien ergeben? Wie stufen Sie die gesamte Entwicklung ein – vorrangig positiv, vorrangig negativ oder ausgeglichen?**

---

<sup>265</sup> Willingen-Usseln

*„Ich schätze die Entwicklung durchwachsen ein. Zum einen ist durch die umfangreichere Berichterstattung in den Printmedien, im Radio, aber besonders im Fernsehen ein größeres Interesse für den Sport geweckt worden. Längst sitzen auch Leute, die nie selbst Sport getrieben haben, vor dem Fernsehen und fiebern mit „ihren Stars“ mit.*

*Die Sportler sehen das mit ihren wachsenden Leistungen wachsende Interesse zunächst nur positiv. Doch ab einem gewissen Punkt wird die Popularität auch zu einer Belastung. Die Vereinnahmung durch die Fans, gepaart mit den Erwartungen der Sponsoren und dem Fernsehen, erhöht den Druck. Volle Konzentration auf den Sport wird durch die ständige Präsenz immer schwerer.“*

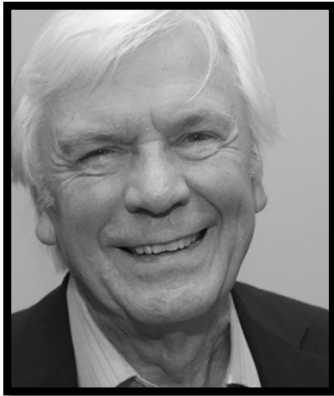
**Könnte der (Profi-)Sport heutzutage noch ohne die Medien auskommen? Die Medien noch ohne den Sport?**

*„Nein, Profisport ist ohne die Medien undenkbar, weil dann schlichtweg nicht finanzierbar. Vor allem das Fernsehen bietet durch die Liveübertragungen die nötige Plattform, damit die Firmen den nötigen Werbeeffect haben bzw. sich der angestrebte Wiedererkennungswert bei den Zuschauern „einbrennt“. Umgekehrt sind die Medien abhängig vom Sport, man denke nur an die horrenden Einnahmen, etwa durch die Werbepausen bei Großveranstaltungen wie Olympische Spiele oder Weltmeisterschaften. Spartensender wie etwa Eurosport oder Sport1 wären nie gegründet worden. Und das Programm der anderen Sender, wie ARD oder ZDF, wäre eintöniger.“*

**Wie wird sich das Verhältnis „Sport und Medien“ zukünftig entwickeln? Wie wird die Sportberichterstattung der Zukunft aussehen?**

*„Das kann ich nicht einschätzen.“*



**Anhang G: Schriftliche Umfrage mit Dieter Kürten (05.07.2013)**

**Dieter Kürten** ist ehemaliger deutscher Sport-Reporter und jahrelanger Moderator des Aktuellen Sportstudios im ZDF. Zwischen 1967 und 2000 moderiert er 375 Sendungen und trägt daher den Titel „Mr. Sportstudio“. Auch bei Weltmeisterschaften und Olympischen Spielen ist Kürten journalistisch aktiv, beispielsweise kommentiert er das deutsch-englische Halbfinale der Fußballweltmeisterschaft 1990.<sup>266</sup> 1981 erhält er eine seiner vielen Auszeichnungen: die Goldene Kamera in der Kategorie „Herausragender Sportreporter“.<sup>267</sup>

Abbildung 29: Dieter Kürten

(Quelle: in Anlehnung an: VIEW (2011). *Dieter Kürten*. URL: <http://view.stern.de/de/picture/Sport-hammerfoto-Heinz-Hammer-Moderator-Dieter-Kuerten-1994252.html> [Stand 14.07.2013])

**Wie hat sich die Sportberichterstattung seit Berlin 1936 im Bezug auf sportliche Großveranstaltungen Ihrer Meinung nach verändert?**

*„Die Berichterstattung ist erheblich breitflächiger, dynamischer, dazu ideenreicher, packender, persönlicher und deutlich detaillierter geworden.“*

**Lässt sich Ihrer Meinung nach das Sport-Medien-Verhältnis als „konvergent“ oder „symbiotisch“ charakterisieren?**

*„Ja, besonders bei weniger populären Sportarten ist gegenseitige „Unterstützung“ üblich. Bei Großveranstaltungen (Olymp. Spiele, WM, EM u.ä.) ist nach vorheriger Vereinbarung ein „Geben und Nehmen“ selbstverständlich geworden. Dazu gibt es Rechtefragen, die Zusammenarbeit unumgänglich machen.“*

**Wie groß ist Ihrer Meinung nach der Einfluss der Gesellschaft auf die Entwicklung? Welche Rolle spielte die Gesellschaft in diesem Zusammenhang früher? Welche Rolle spielt sie heute?**

*„Heute: Hohe Anteilnahme, intensive Fachkenntnis der Betrachter, häufig stark ausgeprägtes Identifikationsverlangen, also vorrangig positiv. Früher gewiss ebenso, doch heute durch TV verstärkt.“*

---

<sup>266</sup> vgl. TZ-Online, 2010

<sup>267</sup> vgl. Goldene Kamera, 1982

**Könnte der (Profi-)Sport heutzutage noch ohne die Medien auskommen? Die Medien noch ohne den Sport?**

„Vermutlich nicht. Medien produzieren Stars, verlocken Sponsoren, Stars verlocken Zuschauer, Zuschauer polieren Stars und stabilisieren Medien.“

**Wie wird sich das Verhältnis „Sport und Medien“ zukünftig entwickeln? Wie wird die Sportberichterstattung der Zukunft aussehen?**

„Das Verhältnis wird sich ausbauen, die Sportberichterstattung wird sich stetig steigern (soweit finanzierbar!), weniger attraktive Sportarten (oder TV-ungeeignete) werden – wie bisher – vernachlässigt werden. Außer bei Olympia, da werden auch die Kleinen ganz groß!“

**Anhang H: Schriftliche Umfrage mit Hans-Joachim Watzke (03.07.2013)**

**Hans-Joachim Watzke** ist deutscher Unternehmer und Fußballfunktionär. Seit 2005 bekleidet er das Amt des Geschäftsführers beim deutschen Fußballbundesligisten Borussia Dortmund. Zwischen 2001 und 2005 war er Schatzmeister des BVB.<sup>268</sup>



Abbildung 30: Hans-Joachim Watzke

(Quelle: in Anlehnung an: Universität Paderborn (2013). Vortrag von Hans-Joachim Watzke, Vorsitzender der Geschäftsführung von Borussia Dortmund, am 14. Mai: Identität, Philosophie und Strategie des BV Borussia Dortmund.

URL: <http://www.uni-paderborn.de/mitteilung/135701/> [Stand 14.07.2013])

**Wie hat sich die Sportberichterstattung seit Berlin 1936 im Bezug auf sportliche Großveranstaltungen Ihrer Meinung nach verändert?**

„Die Aufmerksamkeit lässt sich nicht mehr vergleichen. Sie ist tausendfach gestiegen. Werbung, Quoten, gesellschaftliche Anerkennung etc.“

**Lässt sich Ihrer Meinung nach das Sport-Medien-Verhältnis als „konvergent“ oder „symbiotisch“ charakterisieren?**

„Kann ich nicht kompetent beurteilen.“

---

<sup>268</sup> vgl. Knop, 2012

**Wie groß ist Ihrer Meinung nach der Einfluss der Gesellschaft auf die Entwicklung? Welche Rolle spielte die Gesellschaft in diesem Zusammenhang früher? Welche Rolle spielt sie heute?**

„Die Gesellschaft hat heute ein ganz anderes Empfinden für Sport. Hinzu kommt eine „Eventmentalität“.“

**Welche Entwicklungen haben sich Ihrer Meinung nach aus der gemeinschaftlichen Wirkung von Sport und Medien ergeben?**

„1. größere Aufmerksamkeit, 2. größerer Druck auf die Aktiven, 3. es zählt nur noch Platz 1, alle anderen sind Verlierer.“

**Könnte der (Profi-)Sport heutzutage noch ohne die Medien auskommen? Die Medien noch ohne den Sport?**

„2x ein klares Nein!“

**Wie wird sich das Verhältnis „Sport und Medien“ zukünftig entwickeln? Wie wird die Sportberichterstattung der Zukunft aussehen?**

„Es wird durch Social Media noch mal „gehypt“. Schnelligkeit von Präsenzen insgesamt explosiver!“

## Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, Datum

Unterschrift